

LMD.07.080, 29 FJS.



**LA MORADA**  
Corporación de  
Desarrollo de la Mujer

# INFORME PREMIO MANZANA

*Para que los publicistas no caigan en una  
antigua tentación*

**CORPORACIÓN DE DESARROLLO DE LA MUJER LA MORADA**  
FEBRERO 2003



Santiago de Chile , 28 de febrero 2003

Señores  
Fundación Ford  
At: Sra Cristina Vejar  
Presente

Estimada Cristina:

Recibe a nombre de la Corporación de Desarrollo de la Mujer La Morada un cordial saludo. Es muy grato hacer entrega a usted del Informe **Premio Manzana Para que los publicistas no caigan en una antigua tentación Ford Grant nº 980-0350-3, IIE Program nº FF 4209, Consultant nº 02906763**, ejecutado por nuestra institución gracias al aporte del Institute of International Education y facilitado por la Fundación Ford.

El Premio Manzana es un proyecto muy preciado para nuestra Corporación pues contribuye sustantivamente a nuestra misión institucional, en la búsqueda de amplitud y respeto a la pluralidad en las representaciones que circulan en los discursos comunicacionales.

La Corporación La Morada tiene un compromiso y una trayectoria de trabajo en relación a las temáticas de cultura y comunicaciones, que nos interesa desarrollar y proyectar.

Esperamos mantener y fortalecer esta colaboración en el futuro.

Con atentos saludos,

María Pía Matta  
Responsable del Proyecto  
Corporación La Morada

**INFORME NARRATIVO<sup>1</sup> “PREMIO MANZANA 2002 Para que los publicistas no caigan en una tentación demasiado antigua**

**CORPORACIÓN DE DESARROLLO DE LA MUJER LA MORADA**

El proyecto consiguió instalar la categoría “A la no discriminación”, a través del Premio Manzana, en el Festival que organiza anualmente la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad, contribuyendo así a promover y circular nuevas representaciones e imaginarios sobre la mujer, entre los creativos de agencias de publicidad, en la premiación de mayor importancia en el mundo publicitario chileno y con prestigio e instalación internacional.

Los logros.-

La puesta en marcha del proyecto alcanzó el objetivo propuesto de promocionar el pluralismo cultural, a través de la instalación pública del PREMIO MANZANA que inauguró una nueva categoría en el Festival ACHAP 2002. La categoría “*A la no discriminación*” destaca los mensajes publicitarios con representación diversa de la mujer, de modo de instalar conceptos y sentidos plurales y no discriminatorios en los discursos publicitarios.

Se consiguió establecer una nueva y productiva alianza de trabajo entre la Corporación La Morada y la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad, que permite incorporar nuevos conceptos y discursos en una entidad que trabaja con el universo simbólico, cuya influencia y masividad son innegables en la contemporaneidad.

Actividades.-

1. Acuerdo con Asociación Chilena de Agencias de Publicidad para la creación de una nueva categoría en Festival ACHAP. Presentación del trabajo institucional de la Corporación La Morada y de la trayectoria de trabajo en el ámbito de las comunicaciones.

2.- Creación del PREMIO MANZANA, cuyo concepto busca liberarnos de estereotipos asfixiantes, para representar pluralmente a la mujer en su diferencia y diversidad, para romper con los roles culturalmente rígidos, para que la publicidad libere nuestros deseos y muestre la riqueza de los tipos sociales, de los géneros, de las etnias, de los colores de piel, de ojos, de pelo. Para que amplíe y diversifique los cánones de belleza. Para que muestre a las mujeres en distintas situaciones y lugares en la vida pública, ejerciendo diversas funciones y labores.

3. Instalación de una nueva categoría “A la no discriminación” entre las 18 que contempla el Festival anual ACHAP (Asociación Chilena de Agencias de Publicidad), el mayor evento publicitario del país.

4. Creación de las bases de postulación al PREMIO MANZANA en la categoría “A la no discriminación”.

---

<sup>1</sup> Se adjuntan anexos

**BASES PREMIO MANZANA**, *Para que los publicistas no caigan en una tentación demasiado antigua.*

a.- El jurado seleccionará los mensajes publicitarios de acuerdo a los siguientes criterios:

- Piezas publicitarias que expresen representaciones libres de estereotipos tanto de mujeres como de hombres.
- Anuncios que presenten indistintamente a hombres y mujeres como usuarios de artículos o servicios asociados tradicionalmente a un sexo: por ejemplo mujeres con artículos de limpieza u hombres con el rubro automotriz.
- Destacar aquellos avisos que resalten la diversidad en el aspecto físico, pertenencia étnica, edad, orientación sexual tanto de hombres como de mujeres.

b.- El jurado MANZANA está compuesto por 5 personalidades designadas en virtud de su experiencia y trayectoria en el ámbito de las artes visuales, el marketing, las comunicaciones y el pensamiento crítico desde una óptica de género.

c.- Las publicidades ganadoras en cada categoría serán pre seleccionadas al Premio CEM UNIFEM otorgado en el Festival Iberoamericano de Agencias de Publicidad FIAP.

El Premio Manzana es otorgado por la Corporación de Desarrollo de la Mujer La Morada junto a ACHAP (Asociación Chilena de Agencias de Publicidad) y consiste en una figura tallada en madera para cada categoría premiada: spot audiovisual, radial y pieza publicitaria gráfica.

5. Constitución del jurado, envió, revisión y deliberación sobre postulaciones.

**EL JURADO ESTUVO INTEGRADO POR LAS SIGUIENTES PERSONAS:**

- María Raquel Olea; Crítica literaria, profesora universitaria
- Rodrigo Sepúlveda; Director de televisión y cineasta
- Rosario Puga; Comentarista internacional de Radio Tierra 1300 AM
- María Gracia Subercaseaux, Fotógrafa
- María Pía Matta, Periodista y directora de Radio Tierra 1300 AM

El jurado se reunió en 2 oportunidades y deliberó sobre las 7 postulaciones decepcionadas. Declaró desierta la premiación en formato radial. Designó como ganadoras las siguientes piezas de acuerdo al detalle de argumentación.

**CATEGORÍA: A LA NO DISCRIMINACIÓN – GRAFICA**

**TITULO: SOLTERONA/ BRUJA/ FRIGIDA**

**PRODUCTO: REVISTA PAULA**

**ANUNCIANTE: REVISTA PAULA**

**AGENCIA: CARCAVILLA**

Pone el peso de las palabras como formas de agresión y de discriminación.  
Resalta un sujeto femenino que enfrenta la discriminación desde su afirmación de sentido y deseo de libertad.  
Describe y descubre en forma acertada un tipo de relaciones discriminadoras. Produce una resignificación de las palabras.

**CATEGORÍA: A LA NO DISCRIMINACIÓN – SPOT TV**

**TITULO: CUERPOS GOLPEADOS**

**PRODUCTO: SERNAM PROTEGE**

**ANUNCIANTE: GOBIERNO DE CHILE**

**AGENCIA: LOWE PORTAS**

Resulta Positivo que situé la violencia en el sujeto mujer. El tratamiento visual y la referencia a la exposición Cuerpo Pintados, produce un efecto de banalización de esta violencia.

La utilización del recurso resulta superficial, apela al cuerpo producto.

Resalta la sexualización de la agresión con una contextualización excesivamente estilizante.

**6. Premiación.**

La ceremonia se realizó el 21 de noviembre 2002 en el Castillo Hidalgo Cerro Santa Lucía Santiago de Chile. Contó con una masiva concurrencia y amplia cobertura de prensa. La creación de la nueva categoría “A la no discriminación” tuvo una destacada presencia en el desarrollo de la ceremonia.

**7. Difusión.**

**NACIONAL**

Impresos.

Página web La Morada

Página web ACHAP

Entrevista radial directivos ACHAP Radio Tierra

Instalación de prensa: elaboración de comunicados e inserción en medios masivos: agencia noticiosa

UPI, periódico electrónico El Mostrador.

**INTERNACIONAL**

Inscripción y envío de piezas ganadoras en Festival Iberoamericano de la Publicidad en la categoría “No sexista”.

Participación en jurado Premio Centro de Estudios de la Mujer CEM a la publicidad No sexista en Festival FIAP.

**INFORME FINANCIERO<sup>2</sup> "PREMIO MANZANA 2002** *Para que los publicistas no caigan en una tentación demasiado antigua*  
**CORPORACIÓN DE DESARROLLO DE LA MUJER LA MORADA**

ITEM	COSTO \$	COSTO USD t/c 700	Nº Fac. / boleta
<b>DIFUSION</b>		1800	
Instalación prensa	300.000	428,28	Nº 117
Impresos	847.240	1210,35	Nº 107
Inscripción Festival FIAP	280.000	400	Cheque Nº 2253876
Envios Fest FIAP	49.530	66,04	Nº 131748
Traducción	25.000	35,72	Nº 148
Página web	22.222	31,75	Nº 44
<b>PREMIACION</b>			
Reuniones jurado	17.140	24,5	Nº 459213;42154
Correo	920	1,32	
Coordinación premiación	190.000	271,43	Nº 96
Coctail	1.200.000	1714,29	Nº 117
<b>PREMIO</b>			
Estatuilla	800.000	1142	Nº 37
<b>Total</b>	<b>3.729.600</b>	<b>5.328</b>	

Corporación La Morada  
 Santiago de Chile, febrero 2003

<sup>2</sup> Se adjuntan respaldos

### Producción

Organiza: Corporación La Morada / Festival ACHAP 2002.

### El Jurado está integrado por:

- María Raquel Olea, Crítica Literaria, Profesora Universitaria, integrante de la Corporación la Morada
- María Gracia Subercaseux, Fotógrafa
- Rodrigo Sepúlveda, Director de Cine y de Televisión
- María Pía Matta, Periodista y Directora de Radio Tierra 1300 AM
- Rosario Puga, Comentarista Internacional de Radio Tierra, integrante de la Corporación la Morada.

Fecha Premiación: 21 de noviembre 2002, Castillo Hidalgo.



LA MORADA

**PRIMER PREMIO 2002**

Para que los publicistas no caigan en una tentación demasiado antigua.

CORPORACIÓN LA MORADA / ACHAP  
Festival ACHAP 2002 Categoría "A la no discriminación"

### Producción

Organiza: Corporación La Morada / Festival ACHAP 2002.

### El Jurado está integrado por:

- María Raquel Olea, Crítica Literaria, Profesora Universitaria, integrante de la Corporación la Morada
- María Gracia Subercaseux, Fotógrafa
- Rodrigo Sepúlveda, Director de Cine y de Televisión
- María Pía Matta, Periodista y Directora de Radio Tierra 1300 AM
- Rosario Puga, Comentarista Internacional de Radio Tierra, integrante de la Corporación la Morada.

Fecha Premiación: 21 de noviembre 2002, Castillo Hidalgo.



LA MORADA

**PRIMER PREMIO**  
**2002**

Para que los publicistas no caigan  
en una tentación demasado antigua.

CORPORACIÓN LA MORADA / ACHAP  
Festival ACHAP 2002 Categoría "A la no discriminación"



**Producción**

Organiza: Corporación La Morada / Festival ACHAP 2002.

**El Jurado está integrado por:**

- María Raquel Olea, Crítica Literaria, Profesora Universitaria, integrante de la Corporación la Morada
- María Gracia Subercaseux, Fotógrafa
- Rodrigo Sepúlveda, Director de Cine y de Televisión
- María Pía Matza, Periodista y Directora de Radio Tierra 1300 AM
- Rosario Puga, Comentarista Internacional de Radio Tierra, integrante de la Corporación la Morada.

Fecha Premiación: 21 de noviembre 2002, Castillo Hidalgo.



**LA MORADA**

**PRIMER PREMIO 2002**

Para que los publicistas no caigan en una tentación demasado antigua.

CORPORACIÓN LA MORADA / ACHAP  
Festival ACHAP 2002 Categoría "A la no discriminación"

**PREMIO MANZANA:** milenariamente mordida, la manzana recuerda la culpa de caer en una manida tentación, en este caso el recurso fagugado hasta el cansancio de la publicidad sexista. La Manzana intacta y sin mordeduras, premia a todos aquellos que saben que respetar a la mujer, es respetar al consumidor.

Categoría "A la no discriminación", a través del Premio Manzana, en el Festival que organiza anualmente la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad, ACHAP. Se trata de promover nuevas representaciones e imaginarios sobre la mujer, entre los creativos de agencias de publicidad en la premiación de mayor importancia en el mundo publicitario chileno, con prestigio internacional.

La Corporación de Desarrollo de la Mujer La Morada inauguró en 1991 el Premio Juileta Krikwood "al reconocimiento a un tratamiento no discriminatorio a la mujer en los medios de comunicación". El mismo año entregó el Premio Estropajo "un llamado de atención a los medios de comunicación". En 1993 repitió la experiencia.

En 1998, 2000, 2001, La Morada entregó el Premio ESCOGE a la publicidad no sexista, como incentivo a la creación de mensajes publicitarios modernos y no discriminatorios.

En el ánimo de La Morada de buscar una llegada más fluida y directa a las agencias de publicidad, nace este PREMIO MANZANA 2002. "Para que los publicistas no caigan en una tentación demasiado antigua".

Para liberarnos de estereotipos asfixiantes, para representar pluralmente a la mujer en su diferencia y diversidad, para romper con los roles culturalmente rígidos, para que la publicidad libere nuestros deseos y muestre la riqueza de la sociedad. Para que amplíe y diversifique los cánones de belleza. Esta es la propuesta del PREMIO MANZANA 2002.

## BASES

Con el objetivo de integrar áreas igual de creativas a este certamen, se incluye este año una nueva categoría:

Categoría No discriminación

1. El jurado seleccionará los mensajes publicitarios ganadores de acuerdo a los siguientes criterios:

a. Piezas publicitarias que expresen representaciones libres de estereotipos tanto de mujeres como de hombres.

b. Anuncios que presenten indistintamente a hombres y mujeres como usuarios de artículos o servicios asociados tradicionalmente a un sexo, por ejemplo mujeres con artículos de limpieza u hombres con el rubro automotriz.

c. Destacar aquellos avisos que resalten la diversidad en el aspecto físico, pertenencia étnica, edad, orientación sexual tanto de hombres como de mujeres.

2. El jurado Manzana está compuesto por 5 personalidades designadas en virtud de su experiencia y trayectoria en el ámbito de las artes visuales, el marketing, las comunicaciones y el pensamiento crítico desde una óptica de género.

3. Las publicidades ganadores en cada categoría serán pre seleccionadas al Premio CEM-UNIFEM otorgado en el festival Iberoamericano de Agencias de Publicidad FIAP.

El Premio Manzana será otorgado por la Corporación de Desarrollo de la Mujer La Morada, junto a Achap, y consiste en una figura tallada para cada categoría premiada: spot, audiovisual, radial y pieza publicitaria gráfica.

Premio Manzana, para que los publicistas no caigan en una tentación demasiado antigua.

PARA QUE LOS PUBLICISTAS NO CAIGAN EN UNA TENTACION DEMASIADO ANTIGUA



**PREMIO MANZANA:** milenariamente mordida la manzana recuerda la culpa de caer en una manida tentación, en este caso el recurso faugado hasta el cansancio de la publicidad sexista. La Manzana intacta y sin mordeduras, premia a todos aquellos que saben que respetar a la mujer, es respetar al consumidor.

Categoría "A la no discriminación", a través del Premio Manzana, en el Festival que organiza anualmente la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad, ACHAP. Se trata de promover nuevas representaciones e imaginarios sobre la mujer, entre los creativos de agencias de publicidad, en la premiación de mayor importancia en el mundo publicitario chileno, con prestigio internacional.

La Corporación de Desarrollo de la Mujer La Morada inauguró en 1991 el Premio Julieta Kinkwood "al reconocimiento a un tratamiento no discriminatorio a la mujer en los medios de comunicación". El mismo año entregó el Premio Estropajo "un llamado de atención a los medios de comunicación". En 1993 repitió la experiencia.

En 1998, 2000, 2001, La Morada entregó el Premio ESCOGE a la publicidad no sexista, como incentivo a la creación de mensajes publicitarios modernos y no discriminatorios.

En el ánimo de La Morada de buscar una llegada más fluida y directa a las agencias de publicidad, nace este PREMIO MANZANA 2002. "Para que los publicistas no caigan en una tentación demasiado antigua".

Para liberarnos de estereotipos asfixiantes, para representar pluralmente a la mujer en su diferencia y diversidad, para romper con los roles culturalmente rígidos, para que la publicidad libere nuestros deseos y muestre la riqueza de la sociedad. Para que amplíe y diversifique los cánones de belleza. Esta es la propuesta del PREMIO MANZANA 2002.

## BASES

Con el objetivo de integrar áreas igual de creativas a este ceramen, se incluye este año una nueva categoría:  
Categoría No discriminación

1. El jurado seleccionará los mensajes publicitarios ganadores de acuerdo a los siguientes criterios:

a. Piezas publicitarias que expresen representaciones libres de estereotipos tanto de mujeres como de hombres.

b. Anuncios que presenten indistintamente a hombres y mujeres como usuarios de artículos o servicios asociados tradicionalmente a un sexo: por ejemplo mujeres con artículos de limpieza u hombres con el rubro automotor.

c. Destacar aquellos avisos que resalten la diversidad en el aspecto físico, pertenencia étnica, edad, orientación sexual tanto de hombres como de mujeres.

2. El jurado Manzana está compuesto por 5 personalidades designadas en virtud de su experiencia y trayectoria en el ámbito de las artes visuales, el marketing, las comunicaciones y el pensamiento crítico desde una óptica de género.

3. Las localidades ganadores en cada categoría serán pre seleccionadas al Premio CEM-UNIFEM otorgado en el festival Iberoamericano de Agencias de Publicidad FIAP.

El Premio Manzana será otorgado por la Corporación de Desarrollo de la Mujer La Morada, junto a Achap, y consiste en una figura tallada para cada categoría premiada: spot, audiovisual, radial y pieza publicitaria gráfica.

Premio Manzana, para que los publicistas no caigan en una tentación demasiado antigua.

PARA QUE LOS PUBLICISTAS NO CAIGAN EN UNA TENTACION DEMASIADO ANTIGUA



## COMUNICADO DE PRENSA\*

### "PARA QUE LOS PUBLICISTAS NO CAIGAN EN UNA TENTACIÓN DEMASIADO ANTIGUA"

Primer Premio Manzana 2002 LA MORADA-ACHAP

Categoría "A la no discriminación"

Festival ACHAP 2002

Por "resaltar un sujeto femenino que enfrenta la discriminación desde su afirmación de sentido y deseo de libertad" y por descubrir "en forma acertada un tipo de relaciones discriminadoras", el Premio Manzana a la No Discriminación en mención gráfica se lo adjudicó a la campaña "Solterona, bruja y frígida", de la agencia Carcavilla para revista Paula.

Y por "resaltar el contexto cotidiano de la violencia en la vida privada" en forma "contextualizada", la agencia Lowe Portas para la campaña del Servicio Nacional de la Mujer, obtuvo el Premio Manzana en mención televisión.

Ambos galardones fueron otorgados ayer por la Corporación La Morada y ACHAP, en el marco del Festival Anual de publicidad.

Según el jurado, las piezas publicitarias galardonadas "dan cuenta de nuevas representaciones e imaginarios sobre la mujer en los discursos publicitarios instalados en los medios de comunicación".

Ambos ganadores son pre seleccionadas al Premio UNIFEM del festival Iberoamericano de Agencias de Publicidad FIAP.

#### **Un poco de historia**

Morder la manzana es el símbolo manido que recuerda la culpa de caer en la tentación, en este caso, del recurso fatigado por los publicistas de recurrir a mensajes sexistas.

La Morada inauguró en 1991 el Premio Julieta Kirkwood "al reconocimiento a un tratamiento no discriminatorio a la mujer en los medios de comunicación". El mismo año entregó el Premio Estropajo "un llamado de atención a los medios de comunicación", y en 1993 repitió la experiencia.

En 1998, otorga el Premio ESCOGE para profesionales de los medios que en su labor representen pluralmente a la mujer. La Morada entrega nuevamente el Premio ESCOGE a la publicidad no sexista los años 2000 y 2001, como incentivo a la creación de mensajes publicitarios modernos y no discriminatorios de la mujer. El spot ganador del año 2001 fue pre seleccionado al premio UNIFEM otorgado en el Festival Iberoamericano de Agencias de Publicidad FIAP.

En el ánimo de La Morada de buscar una llegada más fluida y directa a las agencias de publicidad, nace este PREMIO MANZANA 2002 *Para que los publicistas no caigan en una tentación demasiado antigua.*

\* Contacto para entrevistas: Claudia Lagos Lira, 442 96 35/6/7/tierra.prensa@lamorada.cl

## COMUNICADO DE PRENSA\*

### "PARA QUE LOS PUBLICISTAS NO CAIGAN EN UNA TENTACIÓN DEMASIADO ANTIGUA"

*Primer Premio Manzana 2002 LA MORADA-ACHAP*

*Categoría "A la no discriminación"*

*Festival ACHAP 2002*

Este jueves **21 de noviembre** se entregará el **Premio Manzana "A la no discriminación"** en el marco del Festival Anual de la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (ACHAP). Siete postulantes compiten en esta categoría que se entregará por primera vez este año, en el marco del mayor evento publicitario chileno, con prestigio nacional e internacional.

Entregado por la Corporación La Morada y ACHAP, el **Premio Manzana** busca destacar y promover nuevas representaciones e imaginarios sobre la mujer en los discursos publicitarios instalados en la televisión, la prensa y la radio.

Los ganadores en cada categoría son pre seleccionadas al Premio UNIFEM del festival Iberoamericano de Agencias de Publicidad FIAP.

Los invitamos a conocer los resultados del **Premio Manzana** este jueves **21 de noviembre a las 19:30 hrs.**, en el Castillo Hidalgo del Cerro Santa Lucía.

#### **Un poco de historia**

Morder la manzana es el símbolo manido que recuerda la culpa de caer en la tentación, en este caso, del recurso fatigado por los publicistas de recurrir a mensajes sexistas.

La Morada inauguró en 1991 el Premio Julieta Kirkwood "*al reconocimiento a un tratamiento no discriminatorio a la mujer en los medios de comunicación*". El mismo año entregó el Premio Estropajo "*un llamado de atención a los medios de comunicación*", y en 1993 repitió la experiencia.

En 1998, otorga el Premio ESCOGE para profesionales de los medios que en su labor representen pluralmente a la mujer. La Morada entrega nuevamente el Premio ESCOGE a la publicidad no sexista los años 2000 y 2001, como incentivo a la creación de mensajes publicitarios modernos y no discriminatorios de la mujer. El spot ganador del año 2001 fue pre seleccionado al premio UNIFEM otorgado en el Festival Iberoamericano de Agencias de Publicidad FIAP.

En el ánimo de La Morada de buscar una llegada más fluida y directa a las agencias de publicidad, nace este PREMIO MANZANA 2002 *Para que los publicistas no caigan en una tentación demasiado antigua.*

\* Contacto: Claudia Lagos Lira, 442 96 35/6/7/terra.prensa@lamorada.cl



# **NARRATIVE REPORT “APPLE AWARD” 2002**

*To keep the publicists from falling into the very old trap*

**“LA MORADA”  
CORPORATION OF WOMEN’S DEVELOPMENT  
Santiago – Chile**

**FEBRUARY - 2003**



Santiago de Chile , February 28th, 2003

Mrss  
Institute of International Education  
Att: Ms Helene Mantell – Acting Director – Scholarship and Training Department

Dear Ms Mantell.

I am pleased to forward to you our report on the project **Apple Award - To keep the publicists from falling into the old trap**, implemented by our institution thanks to your contribution and the help of The Ford Foundation.

Our Corporation is very fond of the “Apple Award” project because it upholds our mission so strongly in our quest for broadmindedness and respect for pluralism in market communications.

La Morada Corporation is committed to and a history in the subject of culture and communication. These we are bent on further developing and expanding.

In hopes of a long lasting collaboration, I remain

Very truly yours,

**Maria Pía Matta**  
Project Manager

La Morada - Corporation of Women's development

Corporación de Desarrollo  
de la Mujer - La Morada

11

# NARRATIVE<sup>1</sup> REPORT “APPLE AWARD” 2002

*To keep the publicists from falling into the very old trap*

CORPORATION OF WOMEN'S DEVELOPMENT “La Morada”<sup>2</sup>

Santiago - Chile

The project managed to establish the category “To non discrimination”, through the Apple Award, in the annual Festival organized by the Chilean Marketing Agents' Association<sup>3</sup>, as a contribution to and in promotion of the new representations and imaginings about women among the professionals of the marketing agencies, the most important - and internationally renowned - award giving event in the industry.

## **Achievements.**

The project attained the goal of promoting cultural pluralism, through the establishment of the APPLE AWARD, inaugurated as a new category in the ACHAP 2002 Festival. The category “*To non discrimination*” acknowledges the marketing messages that present women in a more diverse fashion, in a way that reinforces plural and non-discriminatory discourses.

A profitable new working alliance was established between the Corporation La Morada and the Chilean Marketing Agencies Association (Asociación Chilena de Agencias de Publicidad), that allows the incorporation of new concepts and messages to the agencies that work with symbolism, which influence and reach are undeniable in today's world.

## **Activities.**

1. We have established an agreement with the Chilean Association of Marketing Agencies to create a new Award category to include in the Festival. We also have presented the Corporation's work background and its history in the Communication's field.
2. We have designed the “*Apple Award*” which main objective is avoiding traditional stereotypes and to present women in their diversity and plurality and break the rigid cultural patterns today present. This objective has been developed for the purpose of having communications to show social differences, the diversity of ethnics, gender and color. Also to enhance beauty values and to show women in their different situations and roles in public life and in their different duties and functions.
3. We have introduced one of 18 categories included in the annual Festival of the Chilean Association of Marketing Agencies, considered the most relevant event in the industry, the award category “for Non Discrimination”

---

<sup>1</sup> Annex attached

<sup>2</sup> Non Governmental Non Profit Organization

<sup>3</sup> Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (ACHAP)



4. We have designed the requirements to apply to the "Apple Award" in the Non Discrimination category.

**Basis of the Apple Award:**

a.- The jury will select the marketing messages according to the following criteria:

- Messages that express stereotypes - free representations of women and men.
- Communications that express no gender difference between women and men while using a product or service that is mostly associated with one sex or the other. For example, women associated with household cleaning products or men associated with automobiles
- Communications that enhance diversity in the physical, ethnic, age and sexual preferences aspects, both in men and women.

b.- The jury is composed of 5 members selected in consideration of their experience and trajectory en the Visual Arts, Marketing, Communications and Critical Thought fields with a gender perspective

c.- The awardees in each category will be presented to the IberoAmerican Festival of Marketing Agencies<sup>4</sup> which makes them eligible for the CEM UNIFEM Award. (FIAP)

The Apple Award is presented by the Corporation of Women's Development "La Morada" in conjunction with the Chilean Association of Marketing Agencies (ACHAP). The award consists in a wood sculpture for each of the awarded categories: Audiovisual communication, Broadcasting and Graphics.

5. Installation of the jury, presentation, revision and decision of the applications.

**THE JURY WAS FORMED BY THE FOLLOWING:**

- María Raquel Olea; Literary Critic, University Professor
- Rodrigo Sepúlveda; Director of television and Cinema
- Rosario Puga; International News Commentator at Radio Tierra 1300 AM
- María Gracia Subercaseaux, Photographer
- María Pia Matta; Journalist and Director of Radio Tierra 1300 AM

The jury has met in 2 instances and decided on the 7 applications received. No award was presented in the Broadcasting category. The awardees in the other categories and arguments therewith were the following:

---

<sup>4</sup> Festival Iberoamericano de Agencias de Publicidad FIAP.

## **CATEGORIES:**

### **CATEGORY: FOR NON DISCRIMINATION - GRAPHICS**

**TITLE: SINGLE / WITCH/ FRIGID**

**PRODUCT: "PAULA" MAGAZINE**

**PUBLISHER: REVISTA PAULA**

**AGENCY: CARCAVILLA**

Shows words as means of aggression and discrimination

Emphasize women's possibility to assess to the discrimination, supported in their liberty desire

Describe and discover in a straight way the different kind of discriminatory relationships.

It also presents the possibility to achieve different means of words.

### **CATEGORY: FOR NON DISCRIMINATION - TV SPOT**

**TITLE: BATTERED BODIES**

**PRODUCT: SERNAM PROTEGE**

**PUBLISHER: GOBIERNO DE CHILE**

**AGENCY: LOWE PORTAS**

Presents the situation of violence in women. The visual devices and the references to the "Painted Bodies" exposed and designed in Chile attenuate the situation of violence

The utilization of he devices points to body as a "product".

It also emphasizes the aggression in sexuality, using a context extremely style.

#### **6. Award Presentation.**

The present of the Award took place on November 21st. Of 2002 in the famous Castillo Hidalgo Cerro Santa Lucía, Santiago - Chile. Crowded and mass media covered, the category "For non Discrimination" was emphasized in the ceremony.

#### **7. Promotion.**

##### NATIONAL

Graphics

Web site "La Morada": [www.lamorada.cl](http://www.lamorada.cl)

Web site of ACHAP

Broadcasted Interview of ACHAP officers on Radio Tierra

Press: Design of communiqués and adplacing in mass media: UPI notices agency, News Agency, El Mostrador, electronic newspaper

##### INTERNATIONAL

Registration and forwarding of the awarded application to the Iberoamericano Festival Marketing (FIAP) in the Category of "Non Sexist".

Member of the jury for the "Centro de Estudios de la Mujer CEM" award to Non Sexist Marketing at the FIAP Festival

## FINANTIAL<sup>5</sup> REPORT

### THE "APPLE AWARD" 2002

*To keep the publicists from falling into the very old trap*

ITEM	COST \$	COST USD t/c 700	Invoice / Receipt NR
<b>PROMOTION</b>		1800	
Press	300.000	428,28	N° 117
Graphics material	847.240	1210,35	N° 107
Registration FIAP Festival	280.000	400	Cheque N° 2253876
Mail Fest FIAP	49.530	66,04	N° 131748
Translation	25.000	35,72	N° 148
Web side	22.222	31,75	N° 44
<b>AWARD PRESENTATION</b>	17.140	24,5	N° 459213;42154
Juries meetings	920	1,32	
Mail	190.000	271,43	N° 96
Award coordination Coktail	1.200.000	1714,29	N° 117
Award Statue	800.000	1142	N° 37
<b>Total</b>	<b>3.729.600</b>	<b>5.328</b>	

**Corporation of Women's Development "La Morada"**

February 2003. Santiago - Chile

<sup>5</sup> Support documentation

75



## ANNEX

# “APPLE AWARD” 2002

*To keep the publicists from falling into the very old trap*

96

# CARCAVILLA S.A.

SERVICIOS DE PUBLICIDAD

Alberto Decombe 1154

Fonos: 235 7421 - 236 2613 Fax: 235 2348

Providencia - E-mail: carcavilla@carcavilla.cl



A/12

R.U.T.: 96.936.740 - 8

## FACTURA

Nº 107

S.I.I. - SANTIAGO ORIENTE

Santiago, 02 de Diciembre de 2002

Señor(es): Asociación de Escuelas de la Mujer R.U.T.: 72.681.400-7

Dirección: La Merced #251 Comuna: Puñalón

Giro: Social Teléfono: \_\_\_\_\_

Guía de Despacho Nº \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ Condiciones de Venta: Contado

Por lo siguiente

DEBE

CANTIDAD	DETALLE	P. UNITARIO	TOTAL
	- Producciones de originales Agencia Carcavilla S.A.	200.000	-
	- 500 Duplicados Revista Menzone 2002.	298.000	-
	- Accusado Foto Montajes	120.000	-
27574			
SON: <u>Ochocientos Cuarenta y siete Mil</u>		NETO \$	<u>718.000</u>
<u>doscientos Cuarenta</u> pesos.		18% IVA \$	<u>129.240</u>
Recibido por <u>Sandra W.</u>	R.U.T. <u>12.080.0175</u>	TOTAL \$	<u>847.240</u>
Fecha <u>24/12/02</u>	Firma <u>[Signature]</u>		

CANCELADO

Santiago, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

ORIGINAL: CLIENTE

17

MEMORIA DE ENTREGA VALORES: C.I.B. 114 82-71 C.I.R. (LAVO MANN) 2112-4, (CONDIFIA) 218789-5, (SAGRIA)

# Formulario de Pago 2003 \_\_\_\_\_



Se adjunta cheque N° 22 53 876 0HZ  
 Contra el banco CITIBANK  
 Por la suma de US\$ 400  
 Correspondiente a (cantidad de inscripciones) ~ CAMPAÑA

Cantidad	Referencias	cu US\$	US\$
	Cine y Televisión (Comerciales)		
	Cine y Televisión (Campañas)	200	200
	Gráfica (Anuncios o Afiches)		
	Gráfica (Campañas)	200	200
	Radio (Jingles o Spots)		
	Radio (Campañas)		
	Técnicas de Producción Audiovisual		
	Internet		
	Innovación en Medios		
		Sub-total US\$	
	Inscripciones argentinas	más IVA	
	Enterados del reglamento del Festival se acepta su contenido.	TOTAL US\$	400

Empresa CORPORACION DE DESARROLLO DE LA MUJER LA FLORIDA  
 Dirección PURISIMA 251  
 Ciudad SANTIAGO CP País CHILE  
 Tel. (56 2) 442 96 32 Fax (56 2) 442 96 34  
 e-mail pwilson@kmcaada.cl  
 Responsable del envío PERLA WILSON Firma Perla Wilson - A

### Derechos de inscripción

Por cada inscripción se deben pagar previamente los siguientes derechos:

Cine y Televisión (1 pieza)	US\$ 140
Cine y Televisión (Campaña)	US\$ 200
Gráfica (Anuncio o Afiche)	US\$ 120
Gráfica (Campaña)	US\$ 200
Radio (Jingle o Spot)	US\$ 100
Radio (Campaña)	US\$ 160
Técnicas de Producción Audiovisual	US\$ 140
Internet	US\$ 140
Innovación en Medios	US\$ 140

Las empresas participantes argentinas, deberán adicionar al porcentaje vigente correspondiente al IVA.

Nota: cheque en dólares americanos sobre bancos de los EE.UU. a la orden del FIAP.

### CIERRE DE INSCRIPCIONES: 7 / MARZO / 2003

Fotocopiar esta ficha y completar por duplicado (original y copia), observando que la información sea correcta; remitir el original y el material que corresponda a la representación FIAP del país (conservar la copia). Escribir a máquina o letra de imprenta.

170

Este cheque tiene papel de seguridad con marcas de agua.  
verifique antes de aceptar.

SERIE UHZ 2253876  
Avda. Andres Bello 2681  
Santiago

0-765602-50-5  
CORPORACION DE DESARROLLO DE  
LA MUJER LA MORADA

US\$ 400.00

033-0320  
027

28 de febrero de 2003

Páguese a  
la orden de

FIAP

la suma de

cuatrocientos

dólares



*[Handwritten Signature]*

⑈2253876⑈ 0330320⑈00765602505⑈ 01

BOLETA DE HONORARIOS

CLAUDIA PAOLA LAGOS LIRA  
ASESORIA COMUNICACIONAL  
RUT: 12.847.274-6  
COSTA RICA 9030 - CASA B  
LA FLORIDA

DI	MES	AÑO
13	02	03

Nº 00117

Señor(es) Corporación la Movida  
Dirección Panamá 251 R.U.T.: 72.681.400-7

Por honorario Profesional:

<u>Asesoria mes</u>	
<u>premio manana</u>	
<u>NOVIEMBRE 2002</u>	

Hamán Ahúda Sagal - Rut 4.491.841-5 - Beta 1696, P.A.C.	Neto \$	700.000.-
<u>Claudia Lagos</u>	Ret. Imp. \$	20.000.-
<b>ELER</b>	TOTAL \$	720.000.-

ORIGINAL: CLIENTE







**KATHIE BUSTOS MIERES**  
 R.U.T. 12.902.242-6  
 MODELO ARTISTICO - ESCULTORA  
 PASAJE PEATONAL UNO 9538 - FONO 291 5547  
 LA FLORIDA

**BOLETA DE HONORARIOS**

Nº **44**

SEÑOR(ES) **COOPERACION LA NORMA**  
 DIRECCION **PURISIMA ZSA**  
 CIUDAD **SANTIAGO** RUT **72691400-7**

DIA	MES	AÑO
24	11	2002

VALOR
POR SERVICIOS PROFESIONALES
HONORARIO Asesoria Web
e 7528

SUMA \$	22.222
10% RET. IMP. RENTA \$	2.222
LIQUIDO A PAGAR \$	20.000

MVIC RUT 6 807 6422 - TEL 2914637 - LA FLORIDA

  
 FIRMA

ORIGINAL: CLIENTE

# Federal Express Agencia en Chile

TRANSPORTE INTERNACIONAL DE DOCUMENTOS Y CARGA AEREA  
 CASA MATRIZ: TIVAY CAMILO HENRIQUEZ 193

FONOS: 2616161 - 800 363636 - FAX: 2616111 - 800 363031 - SANTIAGO CENTRO  
 SUCURSALES: AV. PROVIDENCIA 1861 FONOS: 2315250 - SANTIAGO  
 AEROPUERTO C.A.M.B. - MODULO 3 - PUDAHUEL FONOS: 6012644  
 AEROPUERTO C.A.M.B. - BODEGA 9 - PUDAHUEL FONOS: 6011510 - 6011513



R.U.T.: 59.033.470-7

FACTURA DE VENTAS Y SERVICIOS  
 NO AFECTOS O EXENTOS DE IVA

Nº 0131748

S.L.L. - SANTIAGO CENTRO  
 00131748

Fecha 26 de Febrero de 2009  
 Factura Proforma 9-033-49587  
 Guía Aérea  
 R.U.T. 072681400-7  
 Giro Negocio

Señor(es)

CORPORACION DE DESARROLLO LA MORADA

Dirección

PURISIMA 261

Ciudad

SANTIAGO

Comuna

RECOLETA

Fono

4429632-3

Condiciones

Contado al 03/13/09

DEBE

Cantidad

Detalle

P. Unitario

TOTAL

Flete según cobranza:  
 Nro. 9-033-49587

\$ 66.04 al tipo de cambio de 750.00

TOTAL

49,536

SON CINCUENTA Y SEIS MIL QUINIENTOS TREINTA 00/100

Esta factura encuentra Boleta de Deposito del Banco de Chile en pronto pago.  
 Puede ser cancelada en cualquier oficina de FEDERAL

CANCELADO

dic.

de.

73  
 DUPLICADO: SERVICIO DE IMPUESTOS INTERNOS

MARIA DEL ROSARIO PUGA MOLLER  
 SERVICIOS COMUNICACIONALES

BOLETA DE HONORARIOS  
 ORIGINAL: CLIENTE

(10/11)

Nº 0096

R.U.T.: 9.606.423 - 3  
 PEDRO DE VALDIVIA, 3250 - B  
 FONOS: 2046550 - NUNOA

05 de noviembre del 2002

Señor(es): Compañía La Huesada R.U.T. 72.681.400-7

Dirección: Pudisima 25A Santiago, Pucallpa Comuna: Pucallpa

POR ATENCIÓN PROFESIONAL: 1

Coordinación Premición	
21734	

IMP. COPISOL LTDA. S.p.A. Fco. 747 R.U.T. 02.040.800 - 4. Sigo.

F. C. I. 11  
 FIRMA

SUMA \$	190.000
10 % Ret. Imp. Renta \$	19.000
LIQUIDO A PAGAR \$	171.000

ALEJANDRA ANDREA CHAVEZ RUIZ  
SERVICIOS DE BANQUETERIA  
Y COCTELERIA

R.U.T.: 8.921.396-7

VICTORIA SUBERCASEAUX 299 DEPTO. 601  
SANTIAGO - CENTRO

BOLETA DE HONORARIOS

N° 000117

SANTIAGO 4 de Febrero del 2003

Señor(es): Corporación la Dinada RUT: 72681400-7

Dirección: Puñgama 25A Comuna: Peñol

POR ATENCION PROFESIONAL

	VALOR
SERVICIO de BANQUETERIA como	
"Dinada" mes Noviembre.	
HONORARIOS \$	1.200.000 =
% Impuesto Retenidos \$	120.000 =
TOTAL A PAGAR \$	1.080.000 =

IMP. VARY - MERCED 739 - LOC. 9 - F. 6520526 - RUT.6.652.139-4

  
FIRMA

ORIGINAL: CLIENTE

M.  
Premio Manzana

GRACIAS POR COMPRAR EN ALMACEN ESPAZ  
RESOLUCION S.I.I NRO. 291

VENTA POR CUENTA DE D/S S.A.  
SUPERMERCADO MANUEL MONTT LTDA.  
CALLE MANUEL MONTT 80 COMUNA PROVIDENCIA  
TEL 78.958.240-B D.L.825  
BOLETA AUTORIZADA POR S.I.I.  
BOLETA : 042154 - CAJA : 0004

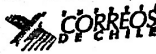
AGUA MINER VITAL S	354
AGUA MINER VITAL S	354
NECTAR FRUTILLA	569
NECTAR UHT MANZANA	459
BEBIDA DE FRUTA NA	319
GALLETA COCO	329
GALLETA COCO	329
PAN AJO Y PEREJIL	899
PAN AJO Y PEREJIL	899
FRUITILLAS	999
FRUITILLAS	999
GALLETA CHOCOLATE	699
GALLETA CHOCOLATE	699
CAFE MOLIDO S.MOKA	1.549
TE ORANGE PEKGE	799
GALLETA CRACK JIRA	129
SEPELITE GOLD ROJ	349
HELADO CHOMP SARDR	1.049
LECHE EVAPORADA	539
PAPA FRITA T AMERI	399
SUB TOTAL	12.690
EFFECTIVO	13.000
VUELTO	110

TOTAL NUMERO DE ARTIC VEND = 20

TOTAL 12.690

5/11/2002 15:37 0018 05 0474 129

GRACIAS POR SU COMPRA  
LE ESPERAMOS NUEVAMENTE



# FORMULARIO ADMISION ENVIOS REGISTRADOS

## PRODUCTOS

CARTA  IMPRESO  P. PAQUETE

## SERVICIOS ADICIONALES

A. RECIBO  EXPRESO

REEMBOLSO  MONTO \$ \_\_\_\_\_

En letras \_\_\_\_\_

## USO EXCLUSIVO CORREOS

RECORRIDO DE CHILE  
SERVICIO - REGISTRADO  
AGENCIA: SANTIAGO-01  
CANTIDAD: 15  
FECHA: 11/2002 - 13:40 H  
PESO: 25 gr  
VALOR PAGADO: 1000  
NO SEPTA. 0001/0001/0001

## PARTE A LLENAR POR EL PUBLICO

DESTINATARIO:

Melisa A. Deschamps

DOMICILIO:

157 St. St. Inter. E. de N. 157 St. St.  
509 United Nations Plaza

CIUDAD:

New York NY. 10017-3750

PAIS:

E.E.U.U.

FONDO:

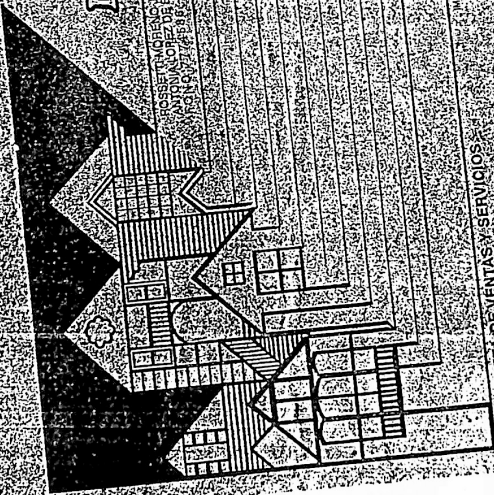
Nota: No se aceptarán reclamos sin la presentación de este recibo - Imp. Génesis

# Café de la Dulcería Las Palmas

R.U.T. 507494400

05/11/12

GOBIERNO REGIONAL DE LOS ANDES  
SUBSECRETARÍA DE ECONOMÍA Y FISCALÍA  
INSTRUMENTO DE REGISTRO Nº 05/11/12



TOTAL S/ 42.50

BOLETA DE VENTAS Y SERVICIOS  
Nº 4592/13

Duplicado. CUENTE



LAURA ELISA MARIANA BERTRAND NAVARRETE  
 Servicios de Publicidad y Arte  
 R.U.T.: 10.875.700-0  
 Camino de Luna esquina Buen Camino  
 Teléfono: 225 5111 - Peñalolén

3111  
 602

BOLETA DE HONORARIOS  
 N° 000037

SANTIAGO, 27 DE NOVIEMBRE DE 19 2002 R.U.T. 72.681.400-7

SEÑOR *Constancia de Muerte*

DIRECCION *Puñicoma 251 Recoleta* CIUDAD *Slobo*

*Tecgraf - 634 6580*

POR SERVICIOS PRESTADOS:

3	LETIAS DE PIZONIE	
	MILDE	
	CIGI NAL	
	RENOVACION	
		2.7490 X 65.000
		2.7541 X 65.000.-
	SUMA \$	600.000
	10 % Ret. Imp. Rentas \$	60.000
	LIQUIDO A PAGAR \$	720.000

*[Signature]*  
 LAURA ELISA MARIANA NAVARRETE

ORIGINAL: CLIENTE