

## 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.



**PRIMER PREMIO**

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

**2002**

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



**PREMIO MANZANA:** milenariamente morder la manzana recuerda la culpa de caer en una manida tentación, en este caso el recurso fatigado 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 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". 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.

PARA QUE LOS PUBLICISTAS NO CAIGAN EN UNA TENTACIÓN DEMASIADO ANTIGUA

## 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 publicaciones ganadores en cada categoría serán pre seleccionadas al Premio GBM-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.