

REGULAMENTO

13º PRÊMIO UNIVERSITÁRIO DE PUBLICIDADE

1) – DISPOSIÇÕES GERAIS

1.1. Do Evento

A UNIVERSIDADE FRANCISCANA, CNPJ N° 95.606.380/0022-43, com sede à Rua Silva Jardim, nº 1417, na cidade de Santa Maria – RS edita o presente Regulamento do 13º PRÊMIO UNIVERSITÁRIO DE PUBLICIDADE, que tem como objetivo avaliar, valorizar e premiar peças publicitárias criadas em atividades acadêmicas única e exclusivamente dos cursos de Publicidade e Propaganda, Rádio e TV, Cinema e Produção Audiovisual de Instituições de Ensino Superior do Brasil. Este instrumento regula todo o processo de inscrições dos trabalhos de cunho publicitário.

1.2. Da Comissão Organizadora

1.2.1. A Comissão Organizadora do 13º PRÊMIO UNIVERSITÁRIO DE PUBLICIDADE tem como missão planejar e cumprir o processo organizacional, operacional e administrativo das normativas deste Regulamento, de forma que atenda às expectativas do meio acadêmico e profissional.

1.2.2. A Comissão Organizadora é constituída pelos professores do curso de Publicidade e Propaganda da UNIVERSIDADE FRANCISCANA, coordenadas pelo LINC- Laboratório Integrado de Comunicação.

1.3. Do Ano Base

O 13º PRÊMIO UNIVERSITÁRIO DE PUBLICIDADE, por meio do seu corpo de jurados, avaliará e premiará os trabalhos de cunho publicitário criados em atividades acadêmicas durante o período do segundo semestre de 2017 até o segundo semestre de 2018.

1.4. Das Inscrições

1.4.1. As inscrições ocorrerão no período compreendido entre 1º e 29 de agosto de 2019 para alunos de cursos de Publicidade e Propaganda, Rádio e TV, Cinema e Produção Audiovisual de Instituições de Ensino Superior do Brasil.

1.4.2. Os trabalhos deverão ser inscritos on-line pelo site da UNIVERSIDADE FRANCISCANA.

1.4.3. O aluno deverá preencher as informações solicitadas pelo site da UNIVERSIDADE FRANCISCANA e inscrever quantas peças desejar. Para cada inscrição é necessário identificar a categoria e os autores e postar arquivos de defesa da peça/campanha (PDF) e o arquivo com a peça (JPG, MP3, MP4, PDF). Em seguida deve imprimir o boleto gerado e pagar até a data de vencimento.

1.4.4. Cada inscrição será referente a uma peça, com exceção das categorias que preveem a inscrição de campanhas / portfólio (ver instruções no item 2.5).

1.4.5. As peças inscritas nas categorias campanhas não poderão ser inscritas individualmente, sob pena de anulação da inscrição.

1.4.6. A identificação de todos os autores é obrigatória no sistema de inscrição e é de inteira responsabilidade do aluno que inscrevê-las.

1.4.7. Para garantir isenção no julgamento, as peças e defesas serão identificadas pelo número da inscrição. Nas peças e defesas postadas **NENHUM AUTOR PODERÁ SER IDENTIFICADO** sob pena de desclassificação.

1.4.8. Cada aluno inscrito receberá um certificado de participação (vale 10 horas de Atividades Curriculares Complementares – ACC, no curso de Publicidade e Propaganda da UNIVERSIDADE FRANCISCANA).

1.4.9. A Comissão Organizadora do Prêmio poderá divulgar as peças em qualquer meio que lhe convier, desde que sejam identificados os autores.

1.5. Do Julgamento

1.5.1. A premiação compreende as classificações OURO, PRATA e BRONZE de acordo com a avaliação do júri. Não é obrigatória a concessão de nenhuma das classificações nas categorias, ou seja, é possível premiar PRATA sem conferir OURO.

1.5.2. A comissão julgadora poderá alterar a categoria de um trabalho inscrito conforme seu entendimento sobre a adequação do mesmo.

1.5.3. Será ainda outorgado 01 Grand Prix para a melhor peça ou campanha. Para isso, haverá a realização de uma segunda avaliação exclusivamente entre os trabalhos premiados com OURO.

1.5.4. O júri poderá conceder ainda MENÇÃO HONROSA aos trabalhos conforme critério próprio.

1.5.5. Os critérios de avaliação são: criatividade, originalidade e adequação.

1.5.6. Os jurados serão profissionais do mercado publicitário estadual, desde que não sejam docentes de cursos de graduação de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda Rádio e TV, Cinema e Produção Audiovisual de IES.

1.5.7. A divulgação dos vencedores será feita na cerimônia de premiação, no dia 27 de setembro de 2019.

2. CATEGORIAS E FORMAS DE APRESENTAÇÃO

2.1. FOTOGRAFIA

2.1.1. Fotografia Publicitária

Fotografias em P&B ou coloridas com abordagem publicitária. Deve ser postado um arquivo de texto com a defesa do trabalho (em PDF) e a imagem (JPG). Os trabalhos inscritos como Fotografia Publicitária não poderão concorrer como campanha.

2.1.2. Fotografia Livre

Fotografias P&B ou coloridas com tema livre. Deve ser postado um arquivo de texto com a defesa do trabalho (em PDF) e a imagem (JPG). Os trabalhos inscritos como Fotografia Livre não poderão concorrer como campanha.

2.2. DESIGN GRÁFICO

Peças publicitárias estáticas destinadas aos meios impressos e eletrônicos em suas diversas formas de apresentação. Deve ser postado um arquivo de texto com a defesa do trabalho (em PDF) e a imagem (JPG). Os trabalhos inscritos como Design Gráfico não poderão concorrer como campanha.

2.3. AUDIOVISUAL

2.3.1. Filme publicitário

Comerciais audiovisuais para televisão e internet com duração máxima de três minutos. Deve ser postado um arquivo de texto com a defesa da peça e o link para o audiovisual (Youtube ou Vimeo). Os trabalhos inscritos como filme publicitário não poderão concorrer como campanha. Todos os materiais com mais de um minuto de duração devem postar também um trailer de, no máximo, um minuto.

2.3.2. Videoclipe

Materiais audiovisuais que divulgam músicas, bandas, cantores (as). Deve ser postado um arquivo de texto com a defesa da peça e o link para o audiovisual (Youtube ou Vimeo). Os trabalhos inscritos como Videoclipe não poderão concorrer como campanha. Todos os materiais com mais de um minuto de duração devem postar também um trailer de, no máximo, um minuto.

2.3.3. Vídeo livre

Todos os formatos audiovisuais que não sejam filmes publicitários e videoclipes. Deve ser postado um arquivo de texto com a defesa da peça e o link para o audiovisual (Youtube ou Vimeo). Os trabalhos inscritos como Vídeo Livre não poderão concorrer como campanha. Todos os materiais com mais de um minuto de duração devem postar também um trailer de, no máximo, um minuto.

2.4. ÁUDIO

2.4.1 Spot

Comerciais em áudio. Deve ser postado um arquivo de texto com a defesa da peça e o link da peça (Soundcloud). Os trabalhos inscritos como Spot não poderão concorrer como campanha.

2.4.2. Jingle

Músicas comerciais com anunciante identificado em letra ou assinatura. Deve ser postado

um arquivo de texto com a defesa da peça e o link da peça (Soundcloud). Os trabalhos inscritos como Jingle não poderão concorrer como campanha.

2.4.3. Áudio livre

Formatos em áudio que não se enquadrem nas outras categorias. Deve ser postado um arquivo de texto com a defesa da peça e o link da peça (Soundcloud). Os trabalhos inscritos como Áudio Livre não poderão concorrer como campanha. Todos os materiais com mais de um minuto de duração devem postar também um trailer de, no máximo, um minuto.

2.5. CAMPANHA

2.5.1 Campanha Publicitária

Campanhas com a utilização de, no mínimo, três peças diferentes, com objetivos comerciais. Deve ser postado um arquivo com a apresentação do trabalho em pdf, com as imagens, links para áudios e vídeos (Vimeo, Youtube e Soundcloud). Os trabalhos inscritos em Campanha Publicitária não poderão concorrer como peças avulsas em outras categorias.

2.5.2. Campanha Social

Campanhas com a utilização de, no mínimo, 3 peças diferentes, com objetivos institucionais. Deve ser postado um arquivo em pdf com a apresentação do trabalho e com as imagens, áudios e vídeos (Vimeo, Youtube e Soundcloud). Os trabalhos inscritos em Campanha Social não poderão concorrer como peças avulsas em outras categorias.

OBSERVAÇÃO:

2.5. AGÊNCIA EXPERIMENTAL

2.5.1 Campanha

Campanhas com, no mínimo 3 e no máximo 7 peças diferentes criadas por equipes de agências experimentais de Instituições de Ensino Superior do Brasil. Deve ser postado um arquivo em pdf com a apresentação do trabalho e com as imagens, áudios e vídeos. (Vimeo, Youtube e Soundcloud). As inscrições e a premiação serão no nome dos alunos que criaram a campanha. Os trabalhos inscritos em Campanha não poderão concorrer como peça avulsa.

2.5.2 Peça Avulsa

Peças de natureza impressa, em áudio ou em audiovisual. Deve ser postado um arquivo em pdf com a apresentação do trabalho e com a imagem, áudio ou vídeo (Vimeo, Youtube e Soundcloud). As inscrições e a premiação serão no nome dos alunos que criaram a campanha. Os trabalhos inscritos em Peça Avulsa não poderão concorrer como campanha.

OBSERVAÇÃO:

2.6. PROJETO DE EMPREENDEDORISMO

Projeto experimental com características empreendedoras e adequado à realidade local. Deve ser postado um arquivo em pdf com a apresentação do trabalho e com as imagens, áudios e vídeos (Vimeo, Youtube e Soundcloud).

2.7. INICIANTE

Trabalhos desenvolvidos pelos estudantes que cursam até o 3º ano do curso. Deve ser postado um arquivo em pdf com a apresentação do trabalho e com as imagens, áudios e vídeos (Vimeo, Youtube e Soundcloud).

3. DAS TAXAS DE INSCRIÇÃO

3.1. Valores unitários

3.1.1. Acadêmicos da UNIVERSIDADE FRANCISCANA

1 trabalho – R\$15,00

A partir do segundo trabalho – R\$ 10,00 por peça

3.1.2. Acadêmicos das demais Instituições de Ensino Superior:

1 trabalho – R\$20,00

A partir do segundo trabalho – R\$ 15,00 por peça

4. DO EVENTO DE PREMIAÇÃO

A entrega dos prêmios do 13º PRÊMIO UNIVERSITÁRIO DE PUBLICIDADE ocorrerá no dia 27 de setembro de 2019, na área de convivência do conjunto III da UNIVERSIDADE FRANCISCANA (Rua Silva Jardim, nº 1417 - Santa Maria - RS), às 20 horas.

5. DISPOSIÇÕES FINAIS

As decisões do Júri são soberanas e irrecorríveis. Toda e qualquer dúvida deverá ser encaminhada por escrito à Comissão Organizadora do 13º PRÊMIO UNIVERSITÁRIO DE PUBLICIDADE através do e-mail premioppunifra@gmail.com, até 48 horas antes do primeiro dia de julgamento que ocorrerá dia 10 de setembro.