

REGULAMENTO DO 15º PRÊMIO UNIVERSITÁRIO DE PUBLICIDADE UFN

1) DISPOSIÇÕES GERAIS

1.1. Do Evento

A UNIVERSIDADE FRANCISCANA, CNPJ Nº 95.606.380/0022-43, com sede à Rua Silva Jardim, nº 1417, na cidade de Santa Maria – RS edita o presente Regulamento do 15º 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 15º 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 15º 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 2021 até o segundo semestre de 2022.**

1.4. Das Inscrições

1.4.1. As inscrições ocorrerão até 16 de novembro de 2022 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 do prêmio.

1.4.3. O aluno deverá preencher as informações solicitadas pelo formulário de inscrição e poderá inscrever quantas peças desejar.

1.4.4. Cada inscrição será referente a uma peça, com exceção das categorias que preveem a inscrição de campanhas.

1.4.5. As peças inscritas nas categorias campanha 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.

1.4.9. 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 1 de dezembro de 2022.

2) CATEGORIAS E FORMAS DE APRESENTAÇÃO

2.1. FOTOGRAFIA

2.1.1. Fotografia Publicitária

Fotografias em P&B ou coloridas com abordagem publicitária. Os trabalhos inscritos como Fotografia Publicitária não poderão concorrer como campanha.

2.1.2. Fotografia Livre

Fotografias P&B ou coloridas com tema livre. Os trabalhos inscritos como Fotografia Livre não poderão concorrer como campanha.

2.2. DESIGN GRÁFICO

Peças publicitárias estáticas destinadas aos meios impressos, eletrônicos e digitais em suas diversas formas de apresentação. 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. Os trabalhos inscritos como filme publicitário não poderão concorrer como campanha.

2.3.2. Videoclipe

Materiais audiovisuais que divulgam músicas, bandas, cantores (as). Os trabalhos inscritos como Videoclipe não poderão concorrer como campanha.

2.3.3. Vídeo livre

Todos os formatos audiovisuais que não sejam filmes publicitários e videoclipes. Os trabalhos inscritos como Vídeo Livre não poderão concorrer como campanha.

2.4. ÁUDIO

2.4.1 Spot

Comerciais em áudio. Os trabalhos inscritos como Spot não poderão concorrer como campanha.

2.4.2. Jingle

Músicas comerciais com anunciante identificado em letra ou assinatura. Os trabalhos inscritos como Jingle não poderão concorrer como campanha.

2.4.3. Áudio livre

Podcasts e outros formatos em áudio que não se enquadrem nas outras categorias. Os trabalhos inscritos como Áudio Livre não poderão concorrer como campanha.

.

2.5 CAMPANHA

2.5.1 Campanha Publicitária

Campanhas com a utilização de, no mínimo, três peças diferentes, com objetivos comerciais. 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 de cunho social. Os trabalhos inscritos em Campanha Social não poderão concorrer como peças avulsas em outras categorias.

2.6. TRABALHOS DESENVOLVIDOS EM LABORATÓRIOS DIDÁTICOS

2.5.1 Campanha

Campanhas com, no mínimo 3 e no máximo 7 peças diferentes criadas por equipes de laboratórios de Instituições de Ensino Superior do Brasil. As inscrições e a premiação serão no nome dos alunos que criaram a campanha, ou seja, o nome do professor orientador não deve ser inscrito como autor. 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, criadas por equipes de laboratórios de Instituições de Ensino Superior do Brasil. As inscrições e a premiação serão no nome dos alunos que criaram a campanha, ou seja, o nome do professor orientador não deve ser inscrito como autor. Os trabalhos inscritos em Peça Avulsa não poderão concorrer como campanha.

2.7. INICIANTE

Trabalhos desenvolvidos pelos estudantes que cursam até o 3º semestre do curso.

3) DAS TAXAS DE INSCRIÇÃO

3.1. Em 2022 as inscrições de trabalhos serão **gratuitas**.

4) DO EVENTO DE PREMIAÇÃO

A entrega dos prêmios do 15º PRÊMIO UNIVERSITÁRIO DE PUBLICIDADE ocorrerá no dia 1º de dezembro de 2022, 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 15º PRÊMIO UNIVERSITÁRIO DE PUBLICIDADE.

