



ARTIGO PRIMEIRO – OBJETIVOS

1.1. O **34º MÍDIA FESTIVAL** é uma realização da **APP - Associação dos Profissionais de Propaganda de Campinas**, cujo objetivo é a valorização dos profissionais e dos trabalhos desenvolvidos na região de Campinas/SP, premiando as melhores peças publicitárias, incentivando, assim, o mercado publicitário do interior do Estado de São Paulo.

1.2. O presente regulamento aplica-se à premiação de agências de publicidade relativamente às peças publicitárias desenvolvidas em favor de seus clientes.

1.2.1. Nesta edição, haverá, também, uma premiação específica destinada exclusivamente à profissionais de publicidade que atendem, de forma autônoma e independente, clientes anunciantes. Para conhecer as regras específicas dessa premiação, consulte item 7.1 deste documento.

1.2.2. A premiação dos estudantes de publicidade e propaganda, denominada Novos Talentos, é regida por um regulamento específico e aplicável exclusivamente a eles.

ARTIGO SEGUNDO – PRAZOS

2.1. O MÍDIA FESTIVAL 2024 será realizado conforme cronograma abaixo:

Evento	Data e horário
Início das inscrições	12/09/2024 a partir das 12h00
Fim das inscrições	17/10/2024 até às 23h50
Divulgação do short list	12/11/2024
Cerimônia de Premiação	19/11/2024

2.2. Podem ser inscritos trabalhos das agências de publicidade supracitadas que tenham sido veiculados em qualquer local no período entre 01 de setembro de 2023 e 31 de agosto de 2024.

2.3. As inscrições serão realizadas exclusivamente online (<https://midiafestival.com.br>) e devem observar o disposto neste regulamento.

ARTIGO TERCEIRO - PARTICIPAÇÃO / A QUEM SE DESTINA

3.1. Podem participar do 34º MÍDIA FESTIVAL, na forma deste regulamento, as **agências de publicidade** com sede na área de abrangência da APP Campinas, valendo consignar que tal abrangência lhe é atribuída pela APP Brasil.

3.2. A área de abrangência da APP Campinas é a abaixo descrita e compreende os Distritos a seguir identificados:

APP Campinas:

Águas de Lindóia / Americana / Amparo / Arthur Nogueira / Atibaia / Bragança Paulista / Campinas / Cosmópolis / Elias Fausto / Holambra / Hortolândia / Indaiatuba / Itapira / Jaguariúna / Lindóia / Louveira / Mogi Mirim / Monte Mor / Nova Odessa / Paulínia / Pedreira / Pinhalzinho / Santa Bárbara D'Oeste / Santo Antônio de Posse / Serra Negra / Socorro / Sumaré / Valinhos / Vinhedo.

Distrito Jundiaí – Bom Jesus dos Perdões / Cajamar / Campo Limpo / Itatiba / Itupeva / Jarinu / Joanópolis / Jundiaí / Nazaré Paulista / Piracaia / Várzea Paulista.

Distrito Limeira – Araras / Cordeirópolis / Conchal / Corumbataí / Engenheiro Coelho / Itacemópolis / Leme / Limeira / Mogi Guaçu / Santa Gertrudes.

Distrito Piracicaba – Águas de São Pedro / Brotas / Capivari / Charqueada / Mombuca / Piracicaba / Rafard / Rio Claro / Rio das Pedras / Saltinho / Santa Maria da Serra / São Pedro / Torrinha.

3.3. Nos termos deste Artigo Terceiro, a premiação, na forma deste regulamento, está aberta para agências que têm sede nas cidades da área de abrangência da APP Campinas (vide item 3.2). Portanto, agências de São Paulo/Capital, não podem participar. Agências de outras localidades devem requerer prévia autorização para inscrição no **34º Mídia Festival 2024** à APP Campinas, por meio da Comissão Organizadora do citado evento.

3.4. Somente empresas que atuam como “agências de propaganda” podem inscrever trabalhos no **34º Mídia Festival**. Considera-se “agência de propaganda” a empresa (pessoa jurídica) que exerça regularmente atividades próprias de agência de propaganda, nos termos da Lei n. 4.680/1965, art. 3º, que assim dispõe: “A Agência de Propaganda é pessoa jurídica especializada na arte e técnica publicitária, que, através de especialistas, estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos veículos de divulgação, por ordem e conta de clientes anunciantes, com o objetivo de promover a venda de produtos e serviços, difundir ideias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições colocadas a serviço desse mesmo público”.

3.4.1. Trabalhos realizados por pessoas jurídicas que não se enquadrem nos requisitos acima apresentados, assim como por pessoas físicas, não são elegíveis ao presente concurso.

3.5. Não obstante o disposto neste Artigo Terceiro, conforme mencionado no item 1.2.1 supra, esta edição do Mídia Festival instituiu a Categoria “Profissional Independente”, da qual participarão as pessoas físicas que preencham todos os requisitos e condições apresentadas no item 7.1 deste documento.

ARTIGO QUARTA – CATEGORIAS

4.1. As agências interessadas em participar do **34º Mídia Festival 2024** devem inscrever seus trabalhos observando, para tanto, as categorias a seguir relacionadas e descritas.

Categoria	Nesta categoria devem ser inscritos trabalhos que se enquadram no descritivo desta coluna	Exigências para inscrição (na ficha de inscrição, incluir o que consta desta coluna)
VÍDEO TV	Vídeos veiculados em emissoras de televisão.	Detalhes pertinentes à veiculação (como período, aprovação do cliente etc.) e resultados obtidos.
VÍDEO CINEMA / DIGITAL	Vídeos veiculados nos meios cinema e/ou canais digitais.	Detalhes pertinentes a veiculação (como período, aprovação do cliente etc.) e resultados obtidos.

RÁDIO / SPOT DIGITAL	Spots ou outros áudios veiculados em rádios e/ou em canais digitais.	Detalhes pertinentes a veiculação (como período, aprovação do cliente etc.) e resultados obtidos.
IMPRESSO	Anúncios em qualquer formato veiculado em jornais e/ou revistas, inclusive os segmentados de qualquer setor (B2C / B2B / B2S).	Detalhes pertinentes a veiculação (como período, aprovação do cliente etc.) e resultados obtidos.
MÍDIA OUT OF HOME (OOH)	Anúncios veiculados em outdoor, painéis eletrônicos, relógios eletrônicos, empenas, placas de esquina, cabines telefônicas, painel de estrada, busdoor, abrigo de ônibus, produtos do mobiliário urbano, publicidade em LCD, propaganda em banheiros, salas de reunião, prédios públicos e privados, e outros ambientes internos.	Detalhes pertinentes a veiculação (como período, aprovação do cliente etc.) e resultados obtidos.
DESIGN PROJETO GRÁFICO	Trabalhos relativos ao desenvolvimento das seguintes ferramentas de comunicação: catálogos / embalagens / pôsteres / convites / calendários / folhetos / folders / projeto editorial / mala direta impressa etc.	Detalhes pertinentes a veiculação (como período, aprovação do cliente etc.) e resultados obtidos.
BRANDING /IDENTIDADE VISUAL /MARCA	Trabalhos relativos ao desenvolvimento das seguintes ferramentas de comunicação: logo / marcas / identidade corporativa e poderão ser apresentados os ativos da marca, posicionamento, estudo de cores e aplicação de manual.	N/A
BRAND EXPERIENCE	Trabalhos relativos ao desenvolvimento das seguintes ferramentas de comunicação: materiais de ponto de venda isolados ou combinados formando uma única experiência de marca/ conceito para evento / ativações de marca / stand / outros projetos de posicionamento de marca em ponto de venda ou não mas, que busquem posicionar uma marca ou produto.	Será exigido na ficha de inscrição comprovação da experiência ativa, ou seja, como funcionou a experiência com a marca ou produto através de foto ou vídeo.
PROJETOS DE ENDOMARKETING	Estratégia de marketing institucional voltada para ações internas na empresa. Sendo assim, esta categoria foi criada para a apresentação de projetos que demonstrem as estratégias elaboradas e suas respectivas táticas/peças de comunicação, comunicação interna , que obrigatoriamente devem ser no mínimo duas.	Serão exigidos na ficha de inscrição, confirmação pelo RH da empresa da realização do projeto e respectivo período, além de registro fotográfico.
MARKETING DE CONTEÚDO (Branded Content)	Devem ser inscritos nesta categoria trabalhos que utilizem o marketing de conteúdo como instrumento de aproximação das marcas/empresas de um determinado público-alvo. Entram aqui, por exemplo, trabalhos realizados em mídias sociais, com ou sem a participação de influenciadores digitais, plataformas de conteúdo e trabalhos correlatos, podcasts e demais projetos. Peças destinadas exclusivamente para veiculação na Internet.	Serão exigidos na ficha de inscrição, detalhes pertinentes a veiculação (como período, aprovação do cliente etc.) e resultados obtidos.
MÍDIA DE PERFORMANCE DIGITAL	Estratégias de marketing que visam atrair e converter clientes usando conteúdo relevante, sendo necessário deixar claro o objetivo da ação, geração de leads, conversão e/ou call to action (Landing pages / Hotsites / Websites / Rich Media) e a comprovação dos resultados obtidos, de acordo com a métrica priorizada no objetivo.	N/A

4.2. Qualquer que seja a categoria, dentre aquelas apresentadas na tabela acima, a inscrição deverá atender, obrigatoriamente, ao quanto segue:

(a) Ser realizada por uma agência de propaganda. Assim, por exemplo, nas categorias de “Vídeo TV”, “Vídeo Cinema / Digital” e/ou “Spot”, produtoras não podem inscrever trabalhos;

(b) Formas e regras de apresentação e envio dos arquivos:
- Válido para todos os arquivos estáticos (PDF): RGB, formato 1920 x 1080 pixels, resolução de 72 Pixel/Inc.
- Máximo de 10MB e limite máximo de até 10 páginas.
- Arquivos eletrônicos e digitais (áudio e vídeo): enviar URL

(c) Detalhes importantes:
- Arquivos com SENHA para acesso serão considerados não válidos;
- URLs não podem ser da EMPRESA (agência; estúdio) responsável pelo trabalho porque é uma forma de identificar o trabalho. Devem ficar disponíveis 15 dias após o dia da premiação;
- Arquivos estáticos com links externos devem respeitar a regra de URL acima.

(d) Cumprir à risca o disposto demais nos itens deste regulamento, especialmente nos Artigos Oitavo e Nono, que tratam, respectivamente, dos requisitos e procedimentos de inscrição.

ARTIGO QUINTO – PREMIAÇÃO DOS TRABALHOS INSCRITOS

5.1. Em cada uma das categorias apresentadas no Artigo Terceiro, serão eleitos os três melhores trabalhos inscritos, os quais serão premiados, respectivamente, com troféus **Ouro, Prata e Bronze**.

5.2. Os três melhores trabalhos de cada uma das categorias serão conhecidos e premiados no evento que se realizará no dia 19 de novembro de 2024 no Grand House Eventos - R. Srg. Bombeiro Assiz Degrossoli Filho, 900 - Fazenda Santa Cândida, Campinas - SP.

5.3. O shortlist (relação com o nome das agências responsáveis pelos cinco melhores trabalhos inscritos em cada uma das categorias) será divulgado pela APP Campinas na semana anterior ao evento.

5.4. As agências premiadas poderão solicitar a produção de troféus adicionais para entregá-los a seus clientes e/ou aos parceiros envolvidos no desenvolvimento e/ou produção dos trabalhos premiados. Para tanto, devem informar à APP Campinas quais são os troféus que desejam receber a mais e efetuar o pagamento até o dia 15 de dezembro de 2024. O valor do troféu será informado no momento da solicitação.

ARTIGO SEXTO - PRÊMIO AGÊNCIA DO ANO

6.1. A agência que obtiver maior pontuação no **34º Mídia Festival 2024**, considerando-se seu desempenho em todas as categorias do evento, receberá o prêmio “Agência do Ano”.

6.2. Para a apuração da pontuação das agências participantes, consideram-se os critérios abaixo, os quais devem ser aplicados de acordo com os prêmios recebidos pela agência participante nas várias categorias.

Ouro – Uma (1) premiação “ouro” em qualquer categoria confere 1500 pontos à agência

Prata – Uma (1) premiação “prata” em qualquer categoria confere 500 pontos à agência

Bronze – Uma (1) premiação “bronze” em qualquer categoria confere 200 pontos à agência

6.3. Havendo empate entre agências, o prêmio será atribuído à agência que tiver mais prêmios “ouro”. Persistindo o empate, serão somados os prêmios “ouro e prata” e, se ainda assim permanecer o empate, somam-se todos os prêmios atribuídos às agências empatadas, atribuindo-se à que mais ganhou prêmios o prêmio de “agência do ano”.

ARTIGO SÉTIMO – CATEGORIAS ESPECIAIS

7.1 No intuito de prestigiar os profissionais de publicidade e propaganda que atuam de forma autônoma e independente, esta edição do Mídia Festival premiará trabalhos desenvolvidos por essas pessoas, razão pela qual fica instituída a Categoria “Profissional Independente”. Para tanto, devem ser rigorosamente atendidos pelos interessados os requisitos a seguir apresentados:

(a) O trabalho inscrito pelo profissional deverá ter sido por ele realizado integralmente. Ou seja, ele deverá ter sido responsável por todo o serviço prestado a um determinado cliente anunciante, desde o atendimento inicial até a veiculação e/ou produção das peças publicitárias desenvolvidas.

(b) É vedado ao profissional inscrever trabalhos por ele realizados com a colaboração de outras pessoas e/ou a pedido e/ou sob contratação e supervisão de uma agência de publicidade e propaganda.

7.1.1. Para a inscrição de trabalhos nesta categoria, o profissional interessado deverá:

(a) Apresentar o problema que lhe foi trazido por seu cliente anunciante, a solução técnica que este profissional propôs ao cliente e, também, a peça publicitária (ou conteúdo equivalente) que ele apresentou ao cliente e foi aprovada pelo cliente para posterior veiculação e/ou produção. Trata-se, portanto, de apresentar aos jurados o “case” completo, para que ele seja avaliado e julgado em sua integralidade.

(b) Juntamente com o “case” inscrito, o profissional deverá apresentar evidências quanto à aprovação do projeto pelo cliente contratante, veiculação e/ou produção do trabalho e os resultados obtidos.

(c) Quanto ao formato a ser adotado para a submissão do trabalho ao júri do 34ª Mídia Festival, valer-se das indicações técnicas constantes do Artigo Quarto.

(d) Atender aos requisitos geográficos delineados no Artigo Terceiro, aos prazos estabelecidos no Artigo Segundo, à forma de inscrição descritos nos Artigos Oitavo e Nono e, finalmente, pagar a taxa de inscrição fixada no item 10.4 deste documento.

(d) Fica consignado, ainda, que todas as demais disposições deste regulamento se aplicam, no que couber, ao profissional que decidir se inscrever no 34º Mídia Festival, Categoria “Profissional Independente”, na forma deste item 7.1

7.1.2. Avaliando os “cases” inscritos pelos profissionais que se enquadram nesta categoria especial, o Juri irá eleger, observados os critérios mencionados no Artigo Décimo Primeiro, os 3 (três) melhores e premiá-los, respectivamente, com troféus ouro, prata e bronze.

7.2. No intuito de valorizar o público que há décadas acompanha e prestigia o Mídia Festival, a presente edição institui o prêmio “Escolha da Galera”.

7.2.1. Todos os trabalhos inscritos no 34º Mídia Festival podem estar entre os escolhidos do Juri para participar da “Escolha da Galera”, observado o disposto no item 7.2.7.1 deste documento;

7.2.1. Para esta premiação o Juri selecionará 8 (oito) trabalhos que, a critério deste, são trabalhos que, independentemente do resultado que alcançaram nas demais categorias deste Festival, merecem ser conhecidos e apreciados pelo público, dada a sua qualidade, originalidade e/ou características especiais. A escolha dos trabalhos que serão submetidos à “Escolha da Galera” é uma prerrogativa do Juri, cujas decisões são definitivas e irrecorríveis.

7.2.3. Os trabalhos que competirão nesta categoria serão apresentados ao público somente depois de tornado público o Short List do 34º Mídia Festival, contendo a indicação das agências que estão entre as premiadas desta edição nas categorias mencionadas no Artigo Quarto.

7.2.4. Os trabalhos selecionados para concorrer nesta categoria serão publicados no perfil da APP Campinas na rede social Instagram e lá ficarão expostos para que se tornem conhecidos do público. Depois de publicados, as pessoas que acessarem aquele perfil poderão votar (“curtir”) o trabalho que entendem ser o de maior destaque e, portanto, que deverá sagrar-se vencedor desta categoria.

7.2.5. Ao final do período de votação, serão computadas as “curtidas” que cada trabalho recebeu e, assim, será conhecido o trabalho que foi a “Escolha da Galera”.

7.2.6. Serão computados os votos (“curtidas”) nos trabalhos que competem na categoria “Escolha da Galera” ocorridos exclusivamente ao longo do seguinte período:

(a) início: 15h00 do dia 12 de novembro de 2024

(b) encerramento: 23h50 do dia 17 de novembro de 2024

7.2.7. A organização do 34ª Mídia Festival reserva-se o direito de utilizar-se de ferramentas e tecnologias que lhe permitam identificar fraudes e/ou tentativas de fraude nas votações (“curtidas”). Assim, identificado o uso de perfis falsos e/ou robôs para qualquer fim e em favor de qualquer participante, a promotora reserva-se o direito de imediata e sumariamente, excluir aquele participante deste concurso, sendo desnecessário qualquer tipo de aviso prévio ou consentimento do participante que, ao inscrever-se, declara estar de pleno acordo com o aqui disposto e, por isso, com o fato de que nada, nenhuma compensação lhe será devida, a qualquer título, em tal hipótese.

7.2.7.1. Caso qualquer participante do 34º Mídia Festival não queira participar da categoria “Escolha da Galera”, deverá assim manifestar-se à APP Campinas quando da inscrição dos seus trabalhos, para que, então, o Juri não considere os trabalhos inscritos por aquele participante quando da seleção referida no item 7.2.1 supra.

ARTIGO OITAVO – INSCRIÇÕES DAS PEÇAS PUBLICITÁRIAS NAS DIVERSAS CATEGORIAS

8.1. As inscrições das peças publicitárias serão realizadas exclusivamente por meio de formulários on-line, cabendo aos interessados preencher os referidos formulários com todas as informações solicitadas e,

inclusive, quando o caso, apresentar os Pedidos de Inserção (PI) ou documento que comprove a data da veiculação de determinada peça publicitária e/ou execução/realização de determinado trabalho.

8.1.1. Caso o cliente para o qual a agência de propaganda tenha desenvolvido o trabalho a ser inscrito seja um veículo de comunicação e, por isso, não exista PI, será necessário incluir os comprovantes de exibição. O mesmo se aplica em outros casos em que não exista o PI.

8.2. É fundamental que sejam atendidos os seguintes critérios específicos para a inscrição de cada peça, os quais constam da coluna "Forma de Apresentação" da tabela do item 4.1 deste documento. O descumprimento do aqui disposto implicará na desclassificação do material inscrito.

8.3. Ainda quanto à inscrição das peças, importante observar o quanto segue:

- a) **As peças não podem conter assinatura da agência.** Para evitar retrabalho, sugere-se a verificação prévia de todas as peças inscritas, inclusive as eletrônicas, atentando-se especialmente para a indicação de autoria do trabalho nas respectivas URLs. Canais no Youtube ou outras redes não podem conter ou estar em nome da agência ou em nome do proprietário ou funcionário.
- b) Em vídeos ou fotos inscritos **não podem aparecer funcionários ou proprietários da agência**, assim como outros elementos que possibilitem a identificação desta.
- c) A apresentação da peça deverá ser em um único arquivo contendo todas as imagens e/ou todo o conteúdo que se pretenda submeter ao júri, conforme a natureza do trabalho inscrito.
- d) Todas as informações solicitadas para cada uma das categorias devem ser apresentadas/ disponibilizadas, sob pena de desclassificação da peça/campanha/trabalho.
- e) Está vedada a inscrição de peças publicitárias cujo anunciante seja a própria agência.
- f) Está vedada a inscrição de peças publicitárias criadas para campanhas da APP Campinas.
- g) **Não usar hifens, acentos, espaços ou qualquer outro tipo de caracteres no nome do arquivo.**
- h) Peças publicitárias já inscritas em anos anteriores não podem ser inscritas no **34º Mídia Festival 2024**, ainda que veiculadas no período indicado no item 2.2.
- i) A inscrição de campanhas com várias peças, deve observar o quanto segue:
 - i.1) Desdobramentos de peças: todos os desdobramentos devem ser inscritos uma única vez em cada categoria. Assim, se sua agência desenvolveu 4 peças para mídia impressa para uma determinada campanha, todas essas peças deverão ser inscritas de forma única/juntas, ou seja, uma única vez em cada categoria.
 - i.2.) Sua agência pode inscrever peças de uma mesma campanha em várias categorias, mas não pode inscrever várias peças (desdobramentos) numa mesma categoria (conforme já descrito no item i.1 supra). Assim, você pode inscrever peças de uma mesma campanha na categoria vídeo e impresso, desde que o faça uma única vez em cada uma das citadas categorias.
 - i.3.) Se sua agência usou o mesmo conceito criativo em várias peças para um mesmo cliente/campanha, todas essas peças devem ser inscritas uma única vez na categoria pertinente. Exemplo: foram criados 4 anúncios para um mesmo cliente/produto, a partir de um mesmo conceito criativo. Isso será considerado um desdobramento do conceito criativo e, por isso, todos os 4 anúncios devem ser inscritos de uma só vez.
- j) Com relação aos direitos autorais de propriedade intelectual dos materiais inscritos, as agências de propaganda devem atentar ao quanto segue, com relação ao envolvimento de outras agências de propaganda que tenham atuado em parceria para o desenvolvimento do trabalho e/ou outros fornecedores e/ou parceiros diversos.
 - j.1.) Se a criação, desenvolvimento e/ou a produção da campanha inscrita teve a participação de outras empresas que não a própria agência que a está inscrevendo, este fato deve ser mencionado na ficha técnica, indicando-se, assim, todas as empresas envolvidas naquele trabalho.

j.2.) Havendo coparticipação, isto deverá ser informado. Esta regra se aplica, por exemplo, a trabalhos desenvolvidos por um conjunto de agências de diferentes especialidades, em favor de um único anunciante e relativamente a um mesmo projeto.

ARTIGO NONO – COMO REALIZAR A INSCRIÇÃO DE UM TRABALHO

9.1. Os trabalhos devem ser inscritos exclusivamente online por meio do site do 34º MÍDIA FESTIVAL 2024 <https://midiafestival.com.br>, observado o prazo especificado no Artigo Segundo deste documento.

9.2. Quando da inscrição de um trabalho, devem ser encaminhados, via site, todos os seguintes documentos:

- (a) Formulário de inscrição
- (b) PI (Pedido de Inserção/ Autorização de Veiculação) – documento que comprove a data de veiculação
- (c) Peças em arquivo digital ou URL os quais devem ser enviados on-line
- (d) Comprovante de pagamento da taxa de inscrição

9.3. As peças somente serão consideradas inscritas a partir do momento que a APP Campinas confirmar o recebimento de todos os 4 (quatro) itens citados acima.

9.4. O formulário indicado no item 9.2 “a” supra está disponível no site do 34º Mídia Festival 2024, e deverá ser completa e corretamente preenchido pela agência de propaganda interessada em participar, sob pena de não inscrição e, portanto, não participação neste concurso do trabalho que se pretendia inscrever.

9.4.1. Cada categoria possui um formulário de inscrição específico, cabendo ao interessado tomar o cuidado de preenchê-la corretamente.

9.5. **As peças publicitárias não devem identificar a agência de publicidade**, sob pena de desclassificação.

9.6. Não será aceita a inscrição de peças publicitárias veiculadas e/ou trabalhos realizados, fora dos períodos estabelecidos neste regulamento.

9.8. Findo o prazo de inscrições estabelecido neste documento, nenhuma peça publicitária e/ou material de qualquer tipo será recebido pela APP Campinas, ainda que os demais documentos relativos a ela tenham sido encaminhados à entidade e/ou a inscrição tenha sido paga.

9.7. Para que os trabalhos de qualquer das Categorias sejam objeto de julgamento e, portanto, de disputa, neste 34º Mídia Festival 2024, é necessário que atenda aos seguintes requisitos mínimos:

- (a) tenha recebido inscrição de trabalhos vindos de pelo menos 3 (três) agências diferentes;
- (b) tenha recebido, no total, 5 ou mais inscrições.

9.7.1 O não atendimento desses requisitos implicará no não julgamento da Categoria e, portanto, ela não será objeto de premiação no 34º Mídia Festival 2024. Ocorrendo esta hipótese, o valor das inscrições para esta Categoria será restituído aos que nela se inscreveram.

ARTIGO DÉCIMO – DAS TAXAS DE INSCRIÇÃO

10.1. A inscrição de trabalhos no 34º Mídia Festival 2024, requer o pagamento das taxas de inscrição abaixo fixadas:

1º Lote	12/09/2024 à 23/09/2024	R\$ 200,00 por peça
2º Lote	24/09/2024 à 04/10/2024	R\$ 240,00 por peça
3º Lote	05/10/2024 à 17/10/2024	R\$ 285,00 por peça

10.2. Condições especiais aos associados da APP CAMPINAS

10.2.1. Os **associados à APP Campinas terão desconto de 20%** em qualquer situação, ou seja, sobre o preço cheio de qualquer dos períodos de inscrição aqui estabelecidos.

10.2.2. Associados APP Campinas que **inscreverem 10 ou mais peças, terão um adicional de 10% de desconto** no valor total de todas as inscrições realizadas. Note-se que os 10% aqui referidos devem incidir

sobre o valor obtido na forma do item precedente, ou seja, são 20% + 10%, e não 30% sobre o valor total das inscrições.

10.3. Não associados, não têm direito a descontos, devendo observar o valor da taxa fixada para cada um dos períodos de inscrição estabelecidos neste regulamento.

10.4. A inscrição na Categoria “Profissional Independente” requer o pagamento de taxa de inscrição, a ser calculada com base na tabela apresentada no item 9.1 supra, aplicando-se, sobre os valores ali estabelecidos, os seguintes descontos:

- (a) Profissional associado à APP Campinas: 20% sobre o valor indicado na tabela;
- (b) Profissional não associado à APP Campinas: 10% sobre o valor indicado na tabela.

10.5. Novos associados somente terão direito aos descontos estabelecidos neste regulamento se assinarem seus contratos de associação até o último dia de vigência do 1º Lote de inscrições (item 9.1 supra), comprometendo-se, contratualmente, que se manterão inscritas na Associação e, portanto, adimplente com suas obrigações, pelo período mínimo de 12 (doze) meses contados da data da contratação. O não cumprimento desta regra implicará na cobrança do valor do desconto concedido na forma deste regulamento (item 9.2.1), além do pagamento do valor relativo aos 12 (doze) meses de associação. Para associar-se, a agência de propaganda deverá, por meio do seu representante, preencher a ficha de inscrição disponibilizada no site da APP Campinas, aceitar o contrato de associação e, por fim, confirmar com a secretaria da APP Campinas se sua inscrição foi efetivada, o que deverá ser feito por meio dos telefones (19) 99636-0130 e/ou e-mail- secretaria@appcampinas.com.br.

10.6. O pagamento da taxa de inscrição deverá ser feito pelo interessado, por meio de crédito na conta bancária a seguir indicada, de titularidade da APP Campinas:

Banco Itaú
Agência. 0546
Conta corrente 56686-0
Razão Social: Associação dos Profissionais de Propaganda
CNPJ: 50.101.757/0001-40
PIX: CNPJ - 50.101.757/0001-40

ARTIGO DÉCIMO PRIMEIRO - DO JÚRI E CRITÉRIOS

11.1. O Júri será formado por profissionais de comunicação renomados das principais agências, produtoras de som e imagem, designers e veículos convidados, preferencialmente de fora da área de abrangência da APP Campinas, os quais serão indicados pela diretoria APP Campinas e pelo Comitê de Eventos e terão seus respectivos nomes divulgados no site do Mídia Festival 2024.

11.2. O julgamento dos trabalhos inscritos será realizado online e a certificação dos resultados será realizada exclusivamente pela equipe de operação da APP Campinas. Ressalta-se que após a certificação, o julgador ou qualquer outro envolvido não terá acesso ao sistema, assim como não será possível requerer qualquer tipo de alteração nas avaliações anteriormente realizadas.

11.3. A APP Campinas elegeu os seguintes critérios para avaliação das peças publicitárias e/ou trabalhos inscritos no 34º Mídia Festival 2024: **criatividade**, **inovação** e **pertinência**.

Criatividade: Originalidade e inovação na concepção da ideia e execução da peça.

Inovação: Uso inovador de mídia, formato ou tecnologia, trazendo algo novo ao mercado.

Relevância/Pertinência: Adequação da peça ao público-alvo e ao objetivo de comunicação da campanha.

11.3.1. De acordo com os referidos critérios, os jurados atribuirão notas de 0 a 10 aos trabalhos que lhes forem submetidos. Sobre as notas atribuídas por cada um dos avaliadores, aplica-se o quanto segue:

Criatividade: nota deve ser multiplicada por 3
Pertinência: nota deve ser multiplicada por 2,5
Inovação: nota deve ser multiplicada por 2

11.3.2. Somando-se todos os resultados dos cálculos acima propostos, será alcançada a nota final de cada avaliador para cada um dos trabalhos.

11.4. Após o julgamento, a Comissão Organizadora receberá dos jurados as planilhas certificadas e emitirá, com base nas informações recebidas, o shortlist (relação com o nome das agências responsáveis pelos 5 melhores trabalhos de cada uma das categorias).

11.5. Havendo empate em qualquer das categorias, o critério de desempate será o seguinte: vence o trabalho que recebeu as melhores notas no quesito “criatividade”. Persistindo o empate, serão verificadas as notas atribuídas no quesito “inovação” e, se necessário, também serão consideradas as notas no quesito “pertinência”. Na permanência do empate, os membros do júri decidirão o vencedor, de forma soberana e irrecorrível.

11.6. Fica assegurado aos jurados a prerrogativa de não avaliar e, conseqüentemente, não premiar, trabalhos de qualquer das categorias que não atendam aos requisitos especificados neste regulamento. Cabe exclusivamente aos jurados, de forma soberana e irrecorrível, determinar se um trabalho inscrito no Mídia Festival atende ou não aos critérios especificados.

11.7. Os Comitês de Eventos e Operacional da APP Campinas farão uma primeira avaliação de todo o material recebido ao longo do período de inscrição a fim de confirmar se todos os requisitos deste Regulamento foram atendidos. Nessa etapa, além da avaliação de conformidade aqui referida, serão destacadas as observações eventualmente contidas nas fichas de inscrição relativamente à utilização de banco de imagens e vídeos, fotos e outras informações e/ou detalhes necessários.

ARTIGO DÉCIMO SEGUNDO - DEVERES DOS INSCRITOS

12.1. Ao se inscrever para participar do **34º Mídia Festival 2024**, o interessado compromete-se em:

- a) Aceitar todos os termos e condições deste regulamento;
- b) Aceitar a decisão dos jurados;
- c) Responsabilizar-se pela veracidade de todas as informações contidas na ficha de inscrição submetida à APP Campinas;
- d) Conceder à APP Campinas licença para divulgação de todo o material/informação encaminhada no ato de sua inscrição, sempre ligados ao nome da APP Campinas e no intuito de promover o Mídia Festival e a própria entidade.

ARTIGO DÉCIMO TERCEIRO – DA COMISSÃO ORGANIZADORA DO 34º MÍDIA FESTIVAL 2024

13.1. Casos omissos ou que resultem em dúvidas ou controvérsias quanto ao disposto neste regulamento ou à fatos havidos ao longo da realização do 34º Mídia Festival 2024, serão, necessariamente, encaminhados para a Comissão Organizadora, formada pelos Diretores da APP Campinas, a quem caberá decidir, de forma definitiva e irrecorrível, sobre todas as questões que lhe forem submetidas.

13.2. A Comissão Organizadora do Mídia Festival é constituída pelo Presidente, pelos Vice-Presidentes da APP Campinas e por outros profissionais que possam ser escolhidos pelo Presidente e diretores. A formação da comissão será concluída antes do início do período de inscrições, e os nomes dos membros serão divulgados a posteriori no site oficial do evento.

ARTIGO DÉCIMO QUARTO – DISPOSIÇÕES FINAIS

14.1. Não serão aceitas peças que não estejam em perfeitas condições técnicas e dentro das normas exigidas.

14.2. As peças classificadas no shortlist serão automaticamente incorporadas ao acervo do evento **34º Mídia Festival 2024**. A agência concorda que, se sua peça for classificada no shortlist, a mesma poderá fazer parte de materiais promocionais relativos à premiação, sendo certo que este material, se produzido, poderá ser comercializado pela entidade, reproduzido ou distribuído gratuitamente, de acordo com critérios da APP Campinas.

14.3. Ao inscrever-se para participar do Mídia Festival, a agência declara-se ciente e de acordo com todo o conteúdo deste Regulamento.

APP - Associação dos Profissionais de Propaganda de Campinas

secretaria@appcampinas.com.br - www.appcampinas.com.br

Fone: (19) 99636-0130 ou (19) 97106-8398