



O **MÍDIA FESTIVAL NOVOS TALENTOS 2024** é uma realização da APP - Associação dos Profissionais de Propaganda de Campinas e tem o objetivo de revelar nossos talentos profissionais e valorizar os estudantes da região de abrangência da entidade, suas respectivas faculdades e universidades.

Artigo 1 - Participação

Podem participar do **MÍDIA FESTIVAL NOVOS TALENTOS 2024** os alunos regularmente matriculados em cursos de Comunicação, Publicidade e Propaganda, Design e Marketing, oferecidos por faculdades e/ou universidades sediadas na área de abrangência da APP Campinas.

1.1. A área de abrangência da APP Campinas é a seguinte:

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.

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

Limeira – Araras / Cordeirópolis / Conchal / Corumbataí / Engenheiro Coelho / Iracemápolis / Leme / Limeira / Mogi Guaçu / Rio Claro / Santa Gertrudes.

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

1.2. Nos termos deste Artigo 1, podem participar alunos das faculdades e/ou universidades sediadas nas cidades da área de abrangência da APP Campinas (vide item 1.1). Alunos de faculdades e/ou universidades de São Paulo Capital, não podem participar. Alunos de outras localidades devem requerer prévia autorização para inscrição no Mídia Festival 2024 à APP Campinas.

Artigo 2 - Categorias

A Categoria Estudante é única e os estudantes participam na condição de integrantes de grupos, na forma deste regulamento. Serão premiadas as 3 (três) melhores participações, cabendo aos seus respectivos grupos, troféus **Ouro, Prata e Bronze**.

Artigo 3 - Participação

Elegibilidade:

Para a inscrição é necessário que os estudantes estejam regularmente matriculados e portanto, cursando curso técnico ou superior na área de Comunicação, Publicidade e Propaganda, Design e/ou Marketing. Na inscrição, os estudantes devem incluir os dados de todos os membros de sua equipe (nome completo, R.A., e-mail e telefone) e, também, nome, e-mail e telefone do coordenador do curso, além do nome da instituição de ensino.

Os alunos universitários e técnicos com formação no primeiro semestre do ano de 2024 ou durante o segundo semestre, poderão manter suas inscrições no prêmio.

Credenciamento:

A inscrição das equipes deverá ser feita pelo próprio grupo, em formulário específico e on-line, no hotsite www.midiafestival.com.br, observado o prazo indicado neste regulamento.

Equipe:

Os grupos devem ser formados por no mínimo 3 (três) e no máximo 6 (seis) estudantes. O grupo deverá ser identificado por um nome. Também será requerida a indicação da faculdade/universidade em que estão matriculados os seus integrantes, sendo certo que todos os integrantes de cada grupo devem ser alunos da mesma instituição de ensino.

Artigo 4 – Briefing

CLIENTE: CÂNDIDO FERREIRA

Mensagem do Cliente: *Olá, que legal que você topou o desafio e vai participar do concurso Novos Talentos 2024 para criar uma campanha de doações de um serviço de saúde mental pioneiro, centenário e que é referência em boas práticas no trato de saúde mental no Brasil, reconhecido pela OMS - Organização Mundial de Saúde.*

UM POUCO SOBRE A INSTITUIÇÃO:

I - DECLARAÇÕES INSTITUCIONAIS

MISSÃO

Promover a Inclusão Social de pessoas com transtornos mentais.

VISÃO

Ser reconhecido como uma Instituição de excelência, referência no tratamento e reabilitação e na transmissão de conhecimento em Saúde Mental.

VALORES

Respeito aos Direitos Humanos Ensino em Serviço Atendimento Humanizado
Responsabilidade Social
Rede de cuidado comunitária

II - CONTEXTO E HISTÓRIA

O Serviço de Saúde Dr. Cândido Ferreira é uma instituição que acolhe, cuida, trata e promove inclusão social de pessoas com transtornos mentais graves ou dependência química na cidade de Campinas (SP), de forma gratuita.

A história do Cândido Ferreira começa em 1917 quando uma reportagem do jornal O Estado de São Paulo denunciou a forma desumana no tratamento aos doentes mentais. Até então não havia um atendimento estruturado na cidade que acolhesse e proporcionasse o tratamento dessa população. Pessoas com transtornos mentais eram isoladas nos porões da cadeia da cidade de Campinas, sem direito a cuidados. Eram os excluídos dos excluídos.

Observe abaixo citação da época:

“Para darmos uma pequena ideia do quão grande é a necessidade de se construir o Hospício, basta dizer que existe atualmente na Cadeia Pública 11 dementes e que, nestes três últimos anos, lá faleceram 11 infelizes atacados das faculdades mentais.” (Jornal Comércio de Campinas, reportagem Hospício dos Dementes - 14/04/1921)

A partir da reportagem de 1917, um grupo de filantropos campineiros se reuniu visando proporcionar tratamento digno e sem custos a pessoas que sofriam de transtornos mentais graves.

Após várias ações coletivas (inclusive um Dérbi entre Guarani e Ponte e Preta) para arrecadar fundos, o grupo adquiriu uma fazenda e iniciou a construção dos prédios que abrigariam o hospital psiquiátrico. Em 1924, o hospital foi inaugurado, e, desde o primeiro paciente, o tratamento sem custos foi adotado para atender as pessoas de baixa renda ou completamente sem renda.

Criado e administrado por voluntários, o Cândido Ferreira foi o primeiro hospital filantrópico do Estado de São Paulo a iniciar suas atividades sem o lucro como objetivo final. Entre 1924 e 1990 o hospital foi administrado pelo grupo de filantropos que foi se renovando. A gestão financeira, bem como a captação dos recursos necessários para a manutenção da instituição era realizada por esse mesmo grupo. Esse formato terminou em 1990 depois que a renovação do grupo de filantropos parou e a captação de recursos deixou de existir.

Em 1990, dois fatores mudaram a forma de atuação do hospital Cândido Ferreira: a reforma psiquiátrica e a cogestão (atualmente parceria) com a Prefeitura Municipal de Campinas que por meio do SUS garantiu os recursos financeiros necessários para manter seu funcionamento. Em função de uma grave crise financeira, o Cândido buscou junto ao poder público auxílio para manter suas atividades. Foi a única instituição de saúde mental de Campinas a manter suas atividades até os dias atuais em função dessa parceria. Todas as demais organizações fecharam suas portas e o Cândido passou a atender de forma ampla em Campinas.

De forma pioneira, o Cândido adotou o modelo de tratamento humanizado proposto pela Reforma Psiquiátrica, deixou de ser um hospital fechado, deixou de utilizar os tratamentos oferecidos na época como o uso de eletrochoque (eletroconvulsoterapia - ECT), camisa de força, e, em parceria com a Prefeitura Municipal de Campinas, passou a ampliar suas ações por meio do modelo de reabilitação psicossocial, oferecendo serviços com bases comunitárias e proporcionando tratamento e inclusão aos usuários na sociedade.

Hoje, como um completo serviço de saúde mental, o Serviço de Saúde Dr. Cândido Ferreira atende em média cinco mil e duzentas pessoas por mês, com transtornos mentais graves e/ou uso abusivo e dependência de álcool e outras drogas. O serviço conta com 880 funcionários. Pode-se afirmar que o Cândido superou o manicômio e com coragem inventou seu futuro, passando a trabalhar em equipes multidisciplinares com os usuários no centro dos cuidados e projetos terapêuticos, oferecendo acolhimento, valorizando a escuta, tratando, assistindo em rede, em complementariedade com outras equipes de outros serviços da rede municipal, comprometido como o desenvolvimento de processos de inclusão social e reabilitação psicossocial.

III - FRENTES DE ATUAÇÃO

Ao longo dos anos, o Cândido Ferreira ampliou sua forma de atuação, sem deixar-se perder sua essência: a saúde mental. Ao todo, o Cândido tem 41 unidades de atendimento em todas as regiões do município, segmentados da seguinte maneira:

11 CAPS;
21 Residências Terapêuticas;
05 Centros de Convivência;
02 Núcleos de inclusão social por meio do trabalho (Armazém das Oficinas e Casa das Oficinas);
01 unidade de atendimento do Consultório na Rua
01 sede administrativa

Por meio de uma gestão comprometida com sua causa, vem fortalecendo 9 frentes de trabalho que se complementam e oferecem soluções visando a melhoria contínua do atendimento à saúde mental e a valorização da vida em Campinas.

CAPS

O tratamento em saúde mental de Campinas é realizado nos CAPS - Centro de Atenção Psicossocial. São serviços de Saúde Mental de base comunitária que trabalham com o modelo de atenção da Reabilitação Psicossocial, norteado pelos direitos humanos. Oferecem assistência e acompanhamento, com equipes interdisciplinares. O Cândido Ferreira conta com 11 CAPS distribuídos pelos territórios de Campinas, cobrindo todas as regiões da cidade.

Os CAPS atendem crianças, adolescentes, adultos e idosos e oferecem um projeto terapêutico singular, que busca a reabilitação psicossocial de forma humanizada. Isso diferencia o Cândido Ferreira enquanto serviço de saúde mental. Busca-se atender de forma ampla as necessidades do indivíduo, não se atendo somente ao campo clínico, mas também alternativas que proporcionem equilíbrio e qualidade de vida.

O CONSULTÓRIO NA RUA

O Consultório na Rua é um serviço de saúde itinerante que oferece assistência à população em situação de rua com foco na população usuária de álcool e drogas e para as gestantes em situação de rua. Realiza os atendimentos por meio de duas equipes interdisciplinares na perspectiva da redução de danos.

A cada dia da semana, uma van percorre bairros distintos de Campinas predominantemente na região central) levando profissionais de saúde e uma oficina de música para os atendimentos. Muitas vezes a aproximação se dá por meio do contato com a música, facilitando a abordagem dos profissionais de saúde a pessoas em situação de extrema vulnerabilidade. Suas ações contribuem para ampliação do acesso, combate ao estigma e mudança do paradigma da atenção integral em álcool e outras drogas, incorporando as diretrizes de direitos humanos, autonomia, atenção integral, reabilitação psicossocial e inclusão social;

RESIDÊNCIAS TERAPÊUTICAS

As Residências Terapêuticas são casas localizadas em bairros do município que abrigam usuários de idade avançada, muitos deles ex-moradores de hospitais psiquiátricos, que antes permaneciam internados e hoje convivem em sociedade. Em uma residência fixa, com leito, recebem cuidados terapêuticos, medicamentos e são propostas intervenções visando qualidade de vida. O Cândido Ferreira oferece acolhimento e tratamento em 21 residências distribuídas por todo o território de Campinas.

OFICINAS DE TRABALHO E GERAÇÃO DE RENDA

Contando com 350 usuários, as oficinas de trabalho promovem capacitação a pessoas que têm dificuldades em encontrar vagas no mercado formal de trabalho em função de serem portadoras de transtornos mentais ou dependência química. Há resistências em empregar pessoas que têm sofrimento psíquico e as oficinas de trabalho e renda são o ambiente ideal de acolhimento, ensino profissionalizante e geração de renda.

Por meio do trabalho manual em 15 oficinas, essas pessoas conseguem gerar renda e são incluídas socialmente.

O trabalho tem sido uma das maneiras de operacionalizar alternativas de intervenção no processo de autonomia e reinserção social, considera-se que por meio da oportunidade de trabalhar a pessoa recupera a possibilidade de ampliar seus pensamentos, conhecimentos, reflexões, habilidades manuais e assim transformando suas ações e passando a ser reconhecido como um sujeito capaz de produzir peças, arte, gerar sua renda e principalmente estabelecer relações sociais, reconstruindo sua subjetividade e melhorando sua qualidade de vida!

Entre as atividades das oficinas de trabalho, tem-se uma marcenaria, uma serralheria, uma oficina de papeis artesanais, duas oficinas de cartonagem, duas oficinas de mosaico, uma oficina de costura, uma oficina de vitrais artísticos e religiosos, uma oficina de ladrilhos hidráulicos, um restaurante, um buffet, uma padaria artesanal, uma horta orgânica com 7 hectares de produtos orgânicos e uma oficina que oferece serviços de jardinagem.

Uma importante característica das oficinas de trabalho é a sustentabilidade. Desde o início das atividades da oficina agrícola em 1991, a adoção pioneira de técnicas de agricultura orgânica foi fundamental, visando preservar a saúde de nossos pacientes que não podiam ter contato com defensivos agrícolas químicos. Várias oficinas artesanais utilizam a reciclagem de matérias-primas na composição de suas peças, promovendo a ressignificação dos materiais, o uso consciente dos recursos e por final o comércio justo e

solidário que reflete na geração de renda aos artesãos. O projeto conta com duas sedes físicas, uma em Sousas e outra na região noroeste de Campinas. Em Sousas o nome comercial do projeto é Armazém das Oficinas e na região noroeste é denominado de Casa das Oficinas.

CENTROS DE CONVIVÊNCIA

Os Centros de Convivência são Serviços de Reabilitação Psicossocial na perspectiva de promoção e prevenção de saúde. Trata-se de um dispositivo que compõe a rede substitutiva de atenção à saúde mental e que convida os usuários dos serviços de saúde e comunidade em geral a vivência de laços sociais e afetivos. As práticas são destinadas a toda comunidade, abrangendo com isso diferentes faixas etárias e realidades, com atenção especial a populações com vulnerabilidades diversas. É um espaço aberto a quem quer que manifeste o desejo por alguma prática, saber, troca e convivência.

Atendendo em 5 unidades, os Centros de Convivência do Cândido Ferreira promovem alfabetização, aulas de violão, inglês, capoeira, zumba, pinturas, além de atividades artesanais. Todas as atividades são gratuitas, abertas à comunidade e muitas vezes contam com a participação ativa de voluntários.

RESIDÊNCIAS MÉDICAS E CÂNDIDO ESCOLA

Inaugurado em 2006, o Programa de Residência Médica de Psiquiatria tem como objetivo formar médicos psiquiatras com ênfase no campo prático, formação teórica e para a inserção em projetos e serviços da Saúde Pública, de acordo com as diretrizes do MEC e Ministério da Saúde. Além da residência médica, o Cândido Ferreira também promove estágios campos para atividades acadêmicas em pesquisa e visitas de alunos da área da saúde, além de minicursos voltados para a área da saúde mental.

RÁDIO MALUCO BELEZA

Criada em 2002, a rádio Maluco Beleza é um projeto que tem como objetivo eliminar o preconceito em relação aos transtornos mentais, mostrando novas formas de tratamento e convivência com as diferenças.

O projeto da rádio tem por objetivo intensificar a participação dos usuários na sociedade por meio da oferta de atividades que visam a capacitação dos usuários e da sociedade para uma convivência pacífica e respeitosa, no campo da comunicação em áudio, audiovisual, impressa e comunicação online.

Mensalmente são gravados programas pelos próprios usuários do serviço de saúde mental que são veiculados em plataforma própria 24 horas por dia e também há um programa de uma hora de duração, veiculado toda primeira quarta-feira do mês na Rádio Educativa de Campinas (sob o prefixo 101.9 FM).

IV - GERAÇÃO E CAPTAÇÃO DE RECURSOS

A parceria com a Prefeitura Municipal de Campinas é fundamental para o funcionamento do Cândido, porém não há sobras de recursos para promover qualquer tipo de melhorias aos serviços. Toda e qualquer melhoria de ambiência ou atividade extraordinária a ser proporcionada aos atendidos, devem ser realizadas por meio de recursos gerados a partir de ações da própria instituição.

Com o centenário, o Cândido Ferreira vem buscando resgatar o espírito da filantropia que foi tão presente e forte em sua fundação. Alinhado com as principais diretrizes de

filantropia, a instituição tem realizado a permanente e constante busca pela captação de recursos visando promover melhorias nas estruturas físicas, o que reflete positivamente no atendimento aos pacientes.

Também há a busca de parcerias com a iniciativa privada visando o patrocínio de projetos a fim de reduzir a dependência financeira junto à Prefeitura Municipal de Campinas e do SUS. A promoção de eventos como almoços solidários, bazares e bingos são importantes fontes de arrecadação de recursos, bem como a organização de eventos associados à especialização em saúde mental. A realização de minicursos com temática sobre saúde mental fortalece a geração de recursos para a entidade, assim como confere autoridade sobre o tema.

Todas as ações realizadas no presente estão fortalecendo os alicerces da instituição para os próximos 100 anos, da mesma forma como aquele grupo de filantropos construiu a sólida instituição que o Cândido Ferreira é hoje, afinal nossa vocação para a sustentabilidade é premissa desde nossa formação.

Campanhas de doação não são o forte das frentes de captação de recursos do Cândido e é aí que entra o concurso Novos Talentos: fortalecer, de forma inteligente e perene, a captação de recursos via doações para fortalecer as melhorias nos atendimentos realizados nas várias frentes da instituição.

As campanhas de doação não são o forte, pois após o início da parceria com a prefeitura municipal de Campinas, com o convênio estabelecido, a busca por recursos que sustentassem a instituição deixou de ser prioridade e a captação não era foco de atenção. Isso afastou o Cândido do posicionamento de organização que precisa de doações.

O desafio, então, é voltar ao circuito de ONGs campineiras que buscam novos doadores, sejam pessoas físicas ou jurídicas. Muitas organizações campineiras têm núcleos de captação que investem recursos humanos e financeiros para buscar sensibilizar doadores em diversos formatos.

O Cândido, por meio de seu departamento de marketing, vem estruturando a captação e o concurso Novos Talentos deverá ser um grande incentivo para a instituição dar foco e colocar em prática as ideias originadas pelas agências participantes. No site da instituição há um espaço para doações automatizado, operado em parceria com a plataforma Abrace uma Causa, que capta os principais dados dos doadores e dispara e-mails de agradecimento e mensagens de WhatsApp aos doadores.

V - DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO

Campanhas de comunicação de doação são fundamentais para alavancar fundos para as Organizações da Sociedade Civil. Toda organização precisa de recursos para promover impacto. Pouquíssimas organizações têm condições privilegiadas de sustentabilidade financeira. Todas precisam de muita mobilização para garantir sua atuação.

Quando observamos campanhas fortes, sempre há um apelo para causa que sensibilizam o grande público e muito investimento de mídia. Como exemplo, podemos citar a campanha Criança Esperança, da rede Globo, voltada para a educação de crianças e adolescentes e a campanha Teleton, do grupo SBT, que mobiliza recursos para a AACD - Associação de Assistência à Criança Deficiente. Observa-se picos de doações quando as

campanhas são lançadas e ao longo do ano, algumas inserções nos veículos, deixam a lembrança tanto da campanha quanto da causa, entretanto, nesse período ocorrem reduções significativas das doações. Essas grandes campanhas, em função do tempo de existência e da mobilização entre artistas famosos e também entre grandes marcas, já estão bem posicionadas na mente do grande público brasileiro. Campanhas para pequenas organizações são grandes desafios, exatamente por não ter os investimentos e recursos envolvidos nas grandes campanhas.

O que se observa em campanhas regionais com o apoio dos veículos off-line é algum incremento de doações enquanto a campanha é realizada, entretanto, não há forte recall da instituição e das causas ao final da campanha e isso é normal. Por esse motivo, as organizações buscam diversificar as suas ações de captações ao longo do ano, visando a sustentabilidade financeira.

Nossa proposta e desejo é ter uma campanha que fique marcada no imaginário dos doadores, que seja diferente das campanhas tradicionais, para que a doação ocorra de forma natural e recorrente. Que a campanha criada crie um vínculo inteligente com novos doadores.

VI – DADOS SOBRE A CAMPANHA PROPOSTA

O cliente deseja uma campanha que surpreenda pela forma como vai mobilizar o grupo de novos doadores. Que seja uma campanha tão boa e criativa que ganhe espaço na mente do público campineiro de forma rápida.

Não buscamos uma solução que crie uma campanha voltada para os veículos off-line, buscando convencer a persona de nossos doadores pela causa da saúde mental.

Entendemos que muitas Organizações da Sociedade Civil realizam campanhas para arrecadar fundos utilizando as mesmas técnicas de comunicação integrada do século XX, com o apoio das mídias off-line e o resultado tende a ser muito positivo enquanto a campanha está no ar, entretanto, o vínculo com os doadores é frágil.

Na sequência, listamos algumas campanhas que entendemos terem sido bem-sucedidas em suas concepções e na forma com sensibilizaram o público e conseqüentemente mobilizaram doadores e voluntários:

1. ALS Ice Bucket Challenge: Em 2014, a ALS Association lançou um desafio viral de mídia social que envolveu pessoas jogando um balde de água gelada em suas cabeças e desafiando outras pessoas a fazerem o mesmo ou a doarem para a organização. A campanha se tornou um fenômeno global e arrecadou mais de US \$ 115 milhões em doações em apenas dois meses.
2. Movember: A Fundação Movember utiliza o poder da mídia social e do marketing de influência para conscientizar sobre a saúde masculina e arrecadar fundos para pesquisas sobre o câncer de próstata, câncer testicular e saúde mental masculina. A organização encoraja homens a deixarem crescer seus bigodes durante o mês de novembro e compartilharem suas fotos nas redes sociais para arrecadar fundos.
3. Comic Relief: A Comic Relief é uma organização britânica que utiliza o humor para conscientizar sobre questões sociais e arrecadar fundos para projetos de caridade. Eles realizam o Red Nose Day, um evento televisivo ao vivo que envolve celebridades e artistas. Desde a sua criação em 1985, a Comic Relief arrecadou mais de £ 1 bilhão em doações.

4. #GivingTuesday: O #GivingTuesday é um movimento global de doação que acontece na primeira terça-feira após o Dia de Ação de Graças nos EUA. A campanha incentiva as pessoas a doarem para organizações sem fins lucrativos em todo o mundo e a compartilhar sua participação nas redes sociais. Desde o seu início em 2012, o #GivingTuesday arrecadou mais de US \$ 2 bilhões em doações.
5. Charity: Water: A Charity:Water é uma organização que trabalha para fornecer acesso a água limpa em todo o mundo. Eles utilizam a mídia social e campanhas de marketing de conteúdo para conscientizar sobre a crise global da água e arrecadar fundos para seus projetos. Desde a sua criação em 2006, a organização arrecadou mais de US \$ 500 milhões em doações.
6. Movimento Black Lives Matter: O movimento Black Lives Matter utiliza o marketing de causas sociais para conscientizar sobre a violência policial e a injustiça racial. A organização levanta fundos para apoiar suas iniciativas através de campanhas de crowdfunding, venda de mercadorias e doações diretas.
7. The Trevor Project: The Trevor Project é uma organização que fornece apoio e serviços de prevenção ao suicídio para jovens LGBTQAP+. Eles utilizam o marketing de influência e campanhas de mídia social para conscientizar sobre a importância da saúde mental para jovens LGBTQAP+ e arrecadar fundos para seus serviços.

VII - PERSONA

Recomendamos a leitura do E-book “Pesquisa Doação Brasil 2022” do IDIS que estamos disponibilizando juntamente a esse briefing para conhecer o perfil e comportamento dos doadores brasileiros. Entendemos que o perfil traçado na pesquisa reflete a persona ideal, além de outros dados importantes sobre doação no Brasil.

VIII - OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO

- Apresentar o Cândido Ferreira como uma Organização da Sociedade Civil de Campinas que precisa de doações para promover melhorias no atendimento da saúde mental de Campinas;
- Posicionar a instituição como uma OSC que busca doadores entre as principais OSCs de Campinas;
- Sensibilizar a persona identificada para que efetivamente doe para a instituição;
- Persuadir os doadores a adotarem a forma recorrente de doação, tornando perene a entrada de recursos na instituição.

XI - MEIOS RECOMENDADOS

Conforme citado no início deste briefing, o formato principal deve ser below the line, entretanto, o Cândido Ferreira tem parcerias com agências, produtoras e veículos de comunicação que podem apoiar a ideia central e o conceito criado, ou seja, a possibilidade de a campanha vencedora ser executada é bem alta.

As agências são livres para sugerir os meios que avaliarem adequados para o sucesso da ação. Meios digitais também são bem-vindos, mas como apoio (de veiculação). Meios digitais podem (e devem) ser utilizados para mobilizar os doadores ou fazer com que eles compartilhem e eventualmente viralizem a campanha.

Gostaríamos de ter uma campanha que proponha uma ação, um evento, uma ação de influência que mobilize muito mais que uma chamada à ação junto aos tradicionais meios off-line.

X – OBRIGATORIEDADES

- Utilização do logotipo do Cândido Ferreira disponibilizado junto a esse briefing.
- Priorizar as cores padrão do logotipo a fim de manter a identidade visual do Cândido Ferreira.

XI – VERBA

Como sabem, instituições do terceiro setor devem receber uma previsão de verba, estabelecida pela agência, de acordo com a campanha elaborada. Sendo assim, está aberta.

Para entender melhor a forma de atuação da instituição, recomendamos que você acesse o site do Cândido Ferreira no endereço <https://www.candido.org.br>, nosso instagram @drcandidoferreira e nosso canal no Youtube, @candido.ferreira.

Entrega:

Cada equipe deverá enviar **em um único arquivo** uma apresentação completa da campanha que deve conter os seguintes pontos:

- Posicionamento de Comunicação
- Justificativa do posicionamento
- Justificativa dos Meios de Comunicação
- Tagline
- E as peças off-line e on-line.

Artigo 5 - Prazos

Os trabalhos devem ser inscritos de **12 de setembro até, no máximo 14 de outubro de 2024**, Todas as inscrições serão, por meio do site www.midiafestival.com.br.

Artigo 6- Júri e Critérios:

Todos os trabalhos enviados serão avaliados por um júri formado por profissionais de comunicação renomados das principais agências da região e diretores de Inteligência Criativa da APP Campinas.

A APP Campinas elegeu os seguintes critérios para avaliação das peças publicitárias inscritas no Mídia Festival 2024: **criatividade, inovação e pertinência (adequação)**. 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

Artigo 7- Apresentações:

Os grupos responsáveis pelos cinco melhores trabalhos serão convocados para a realização presencial ou online da defesa de criação e explicações das ações apresentadas. Essa apresentação ocorrerá na sede da APP Campinas no dia **05 de novembro**, a partir das 9h. Estes cinco grupos já farão parte do shortlist da premiação.

A ordem de apresentação dos grupos na reunião online supracitada será definida por meio de sorteio a ser realizado pela própria APP Campinas, cujos resultados serão divulgados no site www.appcampinas.com.br.

A equipe poderá participar da referida reunião de apresentação apresentando-se de forma pontual, não sendo obrigatório o comparecimento/participação do grupo completo. O tempo máximo de apresentação de cada grupo será de 20 minutos.

Artigo 8 - Premiação

Serão premiadas as 3 (três) equipes que apresentarem os melhores trabalhos, cabendo a cada uma delas, respectivamente e pela ordem de classificação, 1 (um) troféu “Ouro”, “Prata” e “Bronze”. Além do troféu atribuído às equipes, a APP CAMPINAS contemplará todos os integrantes dessas com Certificados de Participação. O Coordenador do curso e o Professor responsável pela assessoria do grupo também receberá um Certificado.

Ao inscrever-se neste concurso, os estudantes cedem à APP CAMPINAS, sem ônus e por prazo definitivo, todos os direitos de propriedade intelectual relativos às campanhas inscritas, sejam elas premiadas ou não, na forma deste regulamento.

Artigo 9 - Divulgação dos resultados:

Os trabalhos premiados serão revelados durante o **34º Mídia Festival 2024**, evento que será realizado no dia 19 de novembro de 2024 no Grand House Eventos - R. Srg. Bombeiro Assiz Degrossoli Filho, 900 - Fazenda Santa Cândida, Campinas - SP.

Artigo 10 – Disposições finais

As peças classificadas no *shortlist* serão automaticamente incorporadas ao acervo do evento Mídia Festival 2024. As equipes concordam que, se sua peça for classificada no *shortlist*, ela 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.

Dúvidas com relação ao presente regulamento poderão ser encaminhadas ao e-mail secretaria@appcampinas.com.br. Caberá a APP Campinas, de forma soberana, conhecer e decidir sobre quaisquer questionamentos envolvendo este regulamento.

APP - Campinas

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

www.appcampinas.com.br