

JOB DO ANO – PRÊMIO UNOESC DE PUBLICIDADE – 2022

Regulamento

O Prêmio Job do Ano é uma iniciativa do curso de Publicidade e Propaganda, da Universidade do Oeste de Santa Catarina – Unoesc *campus* de Joaçaba, visando a valorização de acadêmicos e a divulgação de todo o trabalho realizado durante o percurso na academia, além do incentivo aos acadêmicos de desenvolver seus talentos e inscrever seus trabalhos em prêmios universitários.

CAPÍTULO I

Dos Objetivos e Inscrições

Art. 1º Os objetivos principais do Job do Ano – Prêmio Unoesc de Publicidade, são:

I – Estimular o desenvolvimento e aprimoramento da produção de peças publicitárias;

II – Promover o intercâmbio entre os diversos cursos;

III – Incentivar a inovação na produção experimental de peças publicitárias;

IV – Apresentar ao mercado novos talentos oriundos da área de Publicidade e Propaganda, Produção Audiovisual, Cinema e Design.

Art. 2º Para concorrer ao Prêmio Job do Ano é necessário estar regularmente matriculado no ensino superior em curso presencial de Publicidade e Propaganda, Produção Audiovisual, Cinema ou Design do estado de Santa Catarina.

Art. 3º As inscrições para o prêmio serão realizadas individualmente ou em grupo, sem qualquer ônus, por meio digital, através de link disponibilizado no site www.unoesc.edu.br e nas mídias sociais do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade do Oeste de Santa Catarina – Unoesc *campus* de Joaçaba, **de 03 de outubro a 04 de novembro de 2022.**

§ 1º Ao fazer a inscrição, o participante estará anuindo em liberar o direito de uso das imagens e peças para exposições, divulgações, releases, etc.

§ 2º Os participantes que inscreverem peças que deem destaque para pessoa, em plano privilegiado, devem preencher junto com a inscrição o Termo de Autorização de Uso de Imagem, sob pena de desclassificação;

§ 3º Fica vedada a inscrição de peças que não tenham sido produzidas em meio acadêmico/universitário, resultando na imediata desclassificação.

Art. 4º A ficha eletrônica de inscrição deverá ser obrigatoriamente completada e preenchida de acordo com as informações solicitadas em cada campo, sendo que o preenchimento incompleto implicará na desclassificação automaticamente.

Art. 5º Cada acadêmico pode inscrever-se em quantas categorias quiser, sem limitação de quantidade.

Art. 6º Trabalhos inscritos em grupo, devem nomear um aluno-líder e os demais integrantes serão identificados como coautores.

Art. 7º Fica vedada a inscrição de peças e imagens nesta premiação de:

I – Organizadores do evento;

II – Professores;

§ Único: O Art. 26º deste regulamento prevê a premiação de 1 professor que, quantitativamente, mais orientou trabalhos inscritos, sendo que o mesmo deve ter sido identificado como coautor do trabalho e qualificado como professor orientador na ficha de inscrição.

III – Auxiliares de laboratórios.

CAPÍTULO II

Do Julgamento

Art. 8º Os trabalhos serão julgados e avaliados por profissionais especialistas em cada categoria, os quais serão escolhidos pela Comissão Central Organizadora.

Art. 9º Os critérios de avaliação dos trabalhos são:

I – Criatividade;

II – Ética;

III – Qualidade; e

IV – Defesa criativa da peça.

Art. 10º O artigo científico será avaliado por:

I – Relevância da pesquisa;

II – Qualidade de conteúdo;

III – Aplicação do tema; e

IV – Enquadramento nas normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT.

CAPÍTULO III

Das Modalidades Concorrentes

Art. 11º Campanha Publicitária: Compreende um conjunto de ações/peças de comunicação integrada.

§ 1º O trabalho deve ser enviado em forma de projeto ou relato de experiência, acompanhado de todas as peças propostas em layout ou arte-final.

§ 2º O número de peças propostas não poderá ser inferior a três.

§ 3º O arquivo final deve ser em formato PDF e anexado na ficha de inscrição.

§ 4º Trabalhos em mídia eletrônica devem indicar os respectivos links no arquivo em PDF, caso contrário, o trabalho não será julgado.

Art. 12º Fotografia Publicitária: Compreende trabalhos de fotografia publicitária, seja ela avulsa ou pertencente a um conjunto

§ 1º O trabalho deve estar atrelado a uma campanha publicitária ou a uma peça publicitária (real ou fictícia).

§ 2º O trabalho deve ser apresentado de forma isolada e inserido na peça final.

§ 3º O arquivo final deve ser anexado na ficha de inscrição em formato JPEG.

Art. 13º Fotografia Artística: A fotografia artística é uma forma de retratar além da realidade, registrando determinado tema de uma forma que transcende o comum.

§ 1º O trabalho compreende as fotos avulsas ou pertencentes a um conjunto.

§ 2º O arquivo final deve ser anexado na ficha de inscrição em formato JPEG.

Art. 14º Design Gráfico: Compreende um material gráfico de dimensões variadas, com desenhos, textos e/ou fotografias.

§ Único O arquivo deve estar em PDF e ser anexado na ficha de inscrição.

Art. 15º Artigo Científico: Trabalho acadêmico que apresenta resultados sucintos de uma pesquisa científica realizada na área da comunicação.

§ 1º Os artigos deverão estar formatados de acordo com as normas da ABNT, com orientação de no mínimo um professor, devendo constar como coautor na ficha de inscrição, juntamente com os demais integrantes do grupo, se esse for o caso.

§ 2º O arquivo deverá ser anexado na ficha de inscrição em PDF.

Art. 16º Mídia Alternativa: Mídias que não se encaixam em formatos tradicionais.

§ Único O arquivo deverá ser anexado na ficha de inscrição em PDF.

Art. 17º Publicidade Digital: Publicidade em mídia digital: imagens, GIF, pop-ups, banners, publicidade em redes sociais.

§ Único O trabalho deve ser elaborado na forma de layout ou arte-final, no formato PDF, anexado à ficha de inscrição.

Art. 18º Áudio: Voltado à produção de jingle ou spot.

§ **Único:** A produção deve ter no máximo 60 segundos, em MP3 e ser anexada na ficha de inscrição.

Art. 19º PodCast: Voltado à produção de Podcast.

§ 1º O trabalho deverá ter no máximo 90 minutos.

§ 2º O áudio deve ser postado em algum indexador e o link deve ser inserido na ficha de inscrição em PDF.

Art. 20º Vídeo Publicitário: Voltado à produção de filme publicitário (comerciais e vinhetas) para televisão, cinema e internet.

§ **Único:** A produção deve ter no máximo 60 segundos, em MP4 e ser anexada na ficha de inscrição.

Art. 21º Filme de Ficção e/ou Documentário: Filme de curta duração (curta-metragem) com narrativa ficcional ou documental.

§ 1º O roteiro do filme pode ser original ou adaptado.

§ 2º O trabalho deverá ter no máximo 90 minutos, incluindo os créditos.

§ 3º A não inclusão dos créditos implicará a desclassificação.

§ 4º O vídeo deve ser postado no youtube e o link deve ser inserido na ficha de inscrição em PDF

Art. 22º Marca e Manual de Identidade Visual: Representação visual de produtos e serviços podendo ser organizada em um documento que determina a correta aplicação de uma marca em diferentes suportes.

§ **Único** O arquivo deverá ser anexado junto à inscrição em PDF.

Art. 23º Outdoor: Pannel em grandes proporções de divulgação publicitária.

§ **Único** O arquivo deverá ser anexado junto à inscrição em PDF.

Art. 24º Categoria Professor Orientador: Professor que mais orientou trabalhos inscritos na premiação.

CAPÍTULO IV

Da Premiação

Art. 26º Serão premiados com troféu, em todas as modalidades, os trabalhos que atingirem a melhor pontuação, somente os primeiros lugares e tão somente o aluno líder, segundo o júri escolhido pelo evento.

CAPÍTULO V

Das Disposições Finais

Art. 27º É dada autonomia total, plena e irrevogável à Comissão Central Organizadora para resolver qualquer caso duvidoso no julgamento.

Art. 28º A Comissão Central Organizadora não se responsabiliza por casos de plágio de conteúdo, os quais levarão à desclassificação automática do trabalho quando detectado e penas previstas no Art. 184 do Código Penal Brasileiro.

Art. 29º Não caberá recurso sobre a premiação.

Art. 30º A divulgação dos vencedores será feita na noite da premiação, que ocorrerá aos 25 dias do mês de novembro de 2022, em transmissão simultânea através do canal oficial do Curso Publicidade e Propaganda, na plataforma youtube.

Art. 31º A Comissão Central Organizadora deverá sanar ocorrências não previstas neste regulamento.

Art. 32º O presente regulamento poderá ser alterado e/ou o concurso suspenso ou cancelado, bem como sua premiação alterada, sem aviso prévio, por motivo de força maior ou por conveniência administrativa, sem direito a qualquer tipo de indenização aos seus participantes.