PRÊMIO GALO DE OURO 2023 – 4ª EDIÇÃO

- APRESENTAÇÃO

O Galo de Ouro é um prêmio destinado aos melhores trabalhos experimentais produzidos exclusivamente por estudantes do curso de graduação em Publicidade e Propaganda da UNIVALI Itajaí durante o ano de 2023, e que estejam regularmente matriculados no semestre de realização do evento.

Os trabalhos participantes devem, obrigatoriamente, ser realizados sob orientação e/ou supervisão de um ou mais docentes, dentro do espaço acadêmico da UNIVALI e se inserir no âmbito de uma ou mais disciplinas acadêmicas da estrutura curricular do curso de graduação.

A inscrição e submissão dos trabalhos acontecerá durante o período de 1 a 12 de março de 2023, por meio do sistema Elis em link divulgado no Instagram do evento @galodeouropp. De 13 a 19 de março de 2023 acontecerá o julgamento dos trabalhos por júri externo. Na noite de 24 de março serão divulgados os vencedores e entregues certificados e troféus em cerimônia especial de premiação a partir das 19h, no auditório do bloco E1, com encerramento previsto para às 22h.

A premiação é simbólica e beneficia o autor pela qualificação de seu *curriculum vitae* e indicação do primeiro lugar de cada categoria como representante do curso na modalidade vencedora junto ao Prêmio Expocom 2023 - etapa região sul, previsto para acontecer em junho/2023, em Guarapuava, Paraná.

O evento Galo de Ouro é promovido pelo Curso de Publicidade e Propaganda da Univali e realizado pela Agência Integrada de Comunicação, da Escola de Negócios, Educação e Comunicação. A divulgação do evento será apoiada pelo Instagram (@ppunivali) do Curso e pelo Instagram oficial do evento (@galodeouropp).

REGULAMENTO* DO PRÊMIO GALO DE OURO 2023

(*Adaptado do regulamento oficial do Prêmio Expocom)

1 – DEFINIÇÕES E OBJETIVOS

Artigo 1º – O Galo de Ouro é um prêmio destinado aos melhores trabalhos experimentais **exclusivamente produzidos durante o período de janeiro à dezembro de 2022** por **estudantes regularmente matriculados no Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda da UNIVALI Itajaí**.

Parágrafo 1º. Os trabalhos participantes do Prêmio Galo de Ouro 2023 devem obrigatoriamente ter sido realizados sob a orientação e/ou supervisão de um ou mais docentes, dentro da UNIVALI e obrigatoriamente realizados no âmbito de uma ou mais disciplinas acadêmicas da estrutura curricular do curso de graduação em publicidade e propaganda da Univali Itajaí. Exceção apenas para as modalidades de agências juniores que devem estar vinculadas ao curso e não podem ter sua situação jurídica caracterizada como empresa e possuir CNPJ.

I. Para o caso de agências de comunicação integrada, o trabalho deverá ser desmembrado e poderá ser inscrito na modalidade específica de Publicidade e Propaganda, apresentando os produtos respectivos a sua categoria e indicando o estudante-líder do curso correspondente a ela.

Parágrafo 2º. Não é permitida a submissão dos seguintes produtos:

I. Desenvolvidos em estágios extracurriculares em empresas, mesmo os que possam ter sido supervisionados pelas universidades;

II. Institucionais e comerciais, gerados na IES, quando o estudante participa como bolsista ou voluntário, junto a uma equipe profissional.

III. Trabalhos acadêmicos que foram produzidos fora do ano de 2022.

IV. Trabalhos acadêmicos de alunos que não estejam matriculados regularmente no curso de Publicidade e Propaganda da Univali na ocasião da inscrição dos trabalhos.

Artigo 2º – Os objetivos principais do Galo de Ouro são:

a. Estimular o desenvolvimento e aprimoramento da pesquisa experimental quanto a produção que está sendo ou será desenvolvida no mundo do trabalho;

b. Apresentar à comunidade acadêmica a produção do curso;

c. Incentivar as inovações na produção experimental de Publicidade e Propaganda;

d. Apresentar ao mercado os novos talentos: jovens com ideias criativas e ousadas, protagonistas de uma sociedade em fase de maturação.

2 – DAS CATEGORIAS E MODALIDADES

Artigo 3º – As categorias do Prêmio Galo de Ouro são as seguintes:

I. PUBLICIDADE E PROPAGANDA (PP)

II. PRODUÇÃO TRANSDISCIPLINAR (PT)

III. RÁDIO, TV E INTERNET (RT)

Parágrafo Único. Devem ser observadas as especificidades de cada modalidade, descritas no ementário (Anexo I).

Artigo 4º – A categoria é subdividida em modalidades correspondentes à natureza dos trabalhos experimentais, caracterizadas pela especificidade de uma mídia, linguagem, gênero, suporte, formato, serviço etc.

Artigo 5º – Há modalidades dedicadas ao conjunto de produtos periódicos/seriados/regulares e outras específicas para produtos avulsos.

Parágrafo 1º. É produto periódico, seriado ou regular o conjunto de exemplares, séries ou edições resultantes de atividades e/ou processos contínuos, estabelecidos no projeto pedagógico do curso ou no plano de ensino de determinada disciplina. Todos os trabalhos devem ter sido realizados com orientação docente.

Parágrafo 2º. É produto avulso a peça, o exemplar ou a edição individual, produzido ou não como parte de uma periodicidade, série, programa regular, portfólio de agência ou campanha experimental, estabelecido no projeto pedagógico do curso ou no plano

de ensino de determinada disciplina. Todos os trabalhos devem ter sido realizados com orientação docente.

Artigo 6º – São as seguintes as modalidades do Prêmio Galo de Ouro 2023:

I. PUBLICIDADE E PROPAGANDA

- **PP 01** Agência escola/júnior de publicidade e propaganda (conjunto/série)
- **PP 02** Campanha publicitária (conjunto/série)
- **PP 03** Pesquisa mercadológica (avulso)
- **PP 04** Jingle (avulso)
- **PP 05** Spot (avulso)
- **PP 06** Fotografia publicitária (avulso)
- **PP 07** Anúncio impresso (avulso)
- **PP 08** Cartaz (avulso)
- **PP 09** Outdoor (avulso)
- **PP 10** Produção publicitária para TV e cinema (avulso)
- **PP 11** Produção publicitária audiovisual para internet (avulso)
- **PP 12** Estratégia publicitária para mídia digital (avulso ou conjunto)
- **PP 13** Publicidade em mídia alternativa (avulso)

II. PRODUÇÃO TRANSDISCIPLINAR:

- **PT 04** Embalagem (avulso)
- **PT 07** Charge/caricatura/ilustração (avulso)
- **PT 10** Comunicação e inovação (avulso)
- **PT 11** Aplicativos de comunicação (avulso)
- **PT 15** Empreendedorismo em comunicação (avulso)

III. RÁDIO, TV E INTERNET:

- **RT 03** Ficção em áudio e rádio – audiodramatização, peça radiofônica, radionovela e afins (avulso ou conjunto/série)
- **RT 05** Produção audiovisual para mídias digitais (avulso ou conjunto/série)
- **RT 08** Planejamento e gestão na web/mídias sociais

3 – DAS ETAPAS DO PRÊMIO

Artigo 7º – O Prêmio Galo de Ouro 2023 acontece em etapa única.

Artigo 8º – A etapa única ocorre no âmbito da UNIVALI, organizada pelo curso por meio da Agência Integrada de Comunicação ou pela disciplina Eventos Corporativos sob a supervisão da professora responsável.

Artigo 9º – No Expocom, em casos de trabalhos em grupo, o estudante poderá ser indicado como líder uma única vez. No entanto, como coautor, não há limite de participação. O(s) professor(es) orientador(es) também deve(m) ser indicado(s) na descrição do relatório do trabalho, neste caso, sem limites para ao número de trabalhos orientados.

4 – DO JULGAMENTO

Artigo 10º – A avaliação é realizada por júri.

Parágrafo 1º. O júri é composto de profissionais externos ao curso.

Parágrafo 2º. A avaliação do júri será feita online, por meio de sistema informático, considerando, em suas análises, tanto os produtos quanto o respectivo conteúdo inserido no relatório padrão.

Artigo 11º – A avaliação do(s) trabalho(s), que deve(m) estar adequado(s) à modalidade em que foi (foram) inscrito(s), segue os critérios abaixo:

a. O experimentalismo do produto.

b. A qualidade técnica do produto.

c. A relevância social/cultural do tema abordado no trabalho.

d. A coerência das etapas de trabalho apresentadas no relatório, com os resultados da respectiva peça.

e. A observância dos princípios éticos e legais no trabalho.

Artigo 12º – O júri indicará os três melhores trabalhos em cada modalidade.

Parágrafo 1º. O júri é soberano, podendo decidir por não indicar trabalhos em uma ou mais modalidades se considerar que não atendem aos objetivos ou critérios do Prêmio Galo de Ouro 2023.

Parágrafo 2º. As decisões do júri são soberanas e irrecorríveis, portanto, não cabem recursos.

Parágrafo 3º. As notas do júri não serão divulgadas.

Artigo 13º – Será vencedor o trabalho que obtiver a maior média, calculada a partir das notas atribuídas pelos jurados. Haverá somente um vencedor por modalidade.

Parágrafo 1º. Os vencedores (1º, 2º e 3º lugares) serão anunciados no evento oficial de premiação na noite de **24 de março de 2023**, na Univali Itajaí.

Parágrafo 2º. Os vencedores (1ºs lugares) estarão automaticamente classificados para representar o curso de PP da Univali Itajaí na Expocom Sul 2023, previsto para acontecer em junho/2023 durante o Intercom Sul em Guarapuava, Paraná.

5 – DA PREMIAÇÃO

Artigo 14º – A premiação é simbólica por natureza, beneficiando os autores pela qualificação do respectivo Curriculum Vitae, o que pode repercutir em oportunidades ocupacionais disponíveis no mercado de trabalho, mas também agregando valor às instituições que associam sua imagem ao bom desempenho de seus estudantes, professores e seus projetos.

Parágrafo 1º. O prêmio se materializa por meio de certificado, atestando o bom desempenho do autor, e, eventualmente, por meio de medalhas ou troféus, dependendo da contribuição obtida junto a parceiros e patrocinadores.

Artigo 15º – A divulgação dos vencedores e a entrega dos troféus acontecerá no evento de premiação previsto para a noite de 24 de março de 2023 na Univali itajaí.

Artigo 16º - A íntegra dos resultados contemplando os vencedores (primeiro ao terceiro colocado) por categoria será divulgada após o evento nas redes sociais.

Artigo 17° - Eventuais dúvidas ou esclarecimentos deverão ser feitos pelo através das redes oficiais citadas acima (apresentação).

Artigo 18º – Eventuais pontos omissos deste regulamento serão resolvidos pela Coordenação do Prêmio Galo de Ouro 2023.

Artigo 19º - Caberá aos 1ºs lugar, 2ºs e 3ºs respectivamente, certificados com carga-horária de 20 horas, 15 horas e 10 horas complementares por trabalho classificado.

Artigo 20º - Cada participante com trabalho inscrito validado, independentemente do número de trabalhos inscritos, receberá um certificado de 2 horas válidas para comprovação de horas complementares.

6 – DISPOSIÇÕES FINAIS

Artigo 21º – Constituem parte deste regulamento os seguintes anexos:

Anexo I. Ementário das modalidades segundo as categorias

Anexo II. Normas Técnicas para Submissão de Trabalhos em Suporte Informático

ANEXO I – EMENTÁRIO DAS MODALIDADES

CATEGORIA: PUBLICIDADE E PROPAGANDA

PUBLICIDADE E PROPAGANDA

PP 01 Agência escola/júnior de publicidade e propaganda (conjunto/série)
Modalidade voltada às agências de publicidade e propaganda experimentais, criadas, desenvolvidas e mantidas em cursos de Publicidade e Propaganda, desde que em concordância com as diretrizes curriculares do MEC e o projeto pedagógico do curso. Além do preenchimento do relatório, deve ser anexado o portfólio incluindo até os cinco melhores trabalhos desenvolvidos. Aceita trabalhos exclusivamente de alunos dos cursos de Publicidade e Propaganda ou de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda ou tecnólogo em Produção Publicitária.

PP 02 Campanha publicitária (conjunto/série)
Modalidade voltada à produção de campanha publicitária, desde que desenvolvida em disciplinas específicas, projetos experimentais e/ou TCCs práticos, e projetos de extensão curriculares. Deve apresentar, de forma resumida no relatório, briefing do produto, marca ou serviço, pesquisa de mercado, planejamento com objetivos e estratégias de comunicação e/ou de marketing, planejamento de mídia e suas táticas, e investimento da campanha. Além do preenchimento do relatório, o texto completo da campanha e as peças devem ser anexadas em arquivo PDF; já os materiais em áudio ou audiovisuais devem ter indicados os endereços eletrônicos, que devem estar ativos na avaliação, em arquivo também em formato PDF. Aceita trabalhos exclusivamente de alunos dos cursos de Publicidade e Propaganda ou de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda ou tecnólogo em Produção Publicitária. Produções inscritas nessa modalidade não podem ser desmembradas e inscritas em outras modalidades e o não cumprimento dessa regra acarretará a desclassificação dos trabalhos.

PP 03 Pesquisa mercadológica (avulso)
Modalidade voltada à pesquisa mercadológica, desde que desenvolvida em disciplinas específicas, projetos experimentais e/ou TCCs, e projetos de extensão curriculares. Deve apresentar os métodos e técnicas relacionadas às ações de marketing e/ou de comunicação de marcas, produtos ou serviços, com análise dos resultados. Além do preenchimento do relatório, os resultados da pesquisa devem ser apresentados sob a forma de gráficos e/ou tabelas (para pesquisas quantitativas) e/ou relatórios de pesquisa (para as pesquisas qualitativas). Aceita trabalhos exclusivamente de alunos dos cursos de Publicidade e Propaganda ou de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda ou tecnólogo em Produção Publicitária.

PP 04 Jingle (avulso)
Modalidade voltada à produção de jingle, desde que desenvolvido em disciplinas específicas, projetos experimentais e/ou TCCs, e projetos de extensão curriculares. No relatório, deve ser indicado briefing do produto, marca ou serviço e sua função específica no conjunto de uma campanha publicitária ou como peça avulsa. Como produto, deve ser anexado o jingle, com letra (em arquivo PDF) e música (em arquivo PDF com indicação do link para acesso, que deve estar ativo na avaliação). Aceita trabalhos exclusivamente de alunos dos cursos de Publicidade e Propaganda ou de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda ou tecnólogo em Produção Publicitária.

PP 05 Spot (avulso)
Modalidade voltada à produção de spot, desde que desenvolvido em disciplinas específicas, projetos experimentais e/ou TCCs, e projetos de extensão curriculares. No relatório, deve ser indicado briefing do produto, marca ou serviço, o roteiro e sua função específica no conjunto de uma campanha publicitária ou como peça avulsa. Como produto, deve ser anexado o spot, com texto (em arquivo PDF), trilha e ambientação (em arquivo PDF com indicação do link para acesso, que deve estar ativo na avaliação). Aceita trabalhos exclusivamente de alunos dos cursos de Publicidade e Propaganda ou de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda ou tecnólogo em Produção Publicitária.

PP 06 Fotografia publicitária (avulso)
Modalidade voltada à produção de fotografia publicitária, desde que desenvolvida em disciplinas específicas, projetos experimentais e/ou TCCs, e projetos de extensão curriculares. No relatório, deve ser indicado briefing do produto, marca ou serviço, e descrever a produção da foto, que pode estar atrelada a uma campanha ou peça publicitária (real ou fictícia). Como produto, deve ser anexada a fotografia no formato original de produção (imagem JPG) e sua aplicação na campanha ou peça publicitária (formato PDF ou JPG). Aceita trabalhos exclusivamente de alunos dos cursos de Publicidade e Propaganda ou de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda ou tecnólogo em Produção Publicitária.

PP 07 Anúncio impresso (avulso)
Modalidade voltada à produção de fotografia publicitária, desde que em disciplinas específicas, projetos experimentais e/ou TCCs, e projetos de extensão curriculares. No relatório deve ser indicado briefing do produto, marca ou serviço, e descrever a produção da foto, que pode estar atrelada a uma campanha ou peça publicitária (real

ou fictícia). Como produto deve ser anexada a fotografia no formato original de produção (imagem jpg.) e sua aplicação na campanha ou peça publicitária (formato pdf ou jpg). Aceita trabalhos exclusivamente de alunos dos cursos de Publicidade e Propaganda ou de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda ou tecnólogo em Produção Publicitária.

PP 08 Cartaz (avulso)
Modalidade voltada à produção de cartaz, desde que desenvolvido em disciplinas específicas, projetos experimentais e/ou TCCs, e projetos de extensão curriculares. No relatório, deve ser apresentado o briefing do produto, marca ou serviço, as técnicas empregadas, o formato, e os espaços de exposição, assim como a função específica do cartaz no conjunto de uma campanha ou como peça avulsa. Como produto, deve ser anexado o cartaz em formato PDF ou JPG. Aceita trabalhos exclusivamente de alunos dos cursos de Publicidade e Propaganda ou de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda ou tecnólogo em Produção Publicitária.

PP 09 Outdoor (avulso)
Modalidade voltada à produção de outdoor, desde que desenvolvido em disciplinas específicas, projetos experimentais e/ou TCCs, e projetos de extensão curriculares. O relatório deve apresentar o briefing do produto, marca ou serviço, as técnicas empregadas, o formato e a função da peça no conjunto de uma campanha ou como peça avulsa. Como produto, deve ser anexada a arte final e sua aplicação no outdoor em formato PDF ou JPG. Aceita trabalhos exclusivamente de alunos dos cursos de Publicidade e Propaganda ou de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda ou tecnólogo em Produção Publicitária.

PP 10 Produção publicitária audiovisual para TV e cinema (avulso)
Modalidade voltada à produção audiovisual publicitária para TV e Cinema, desde que desenvolvida em disciplinas específicas, projetos experimentais e/ou TCCs, e projetos de extensão curriculares. No relatório, deve ser indicado briefing do produto, marca ou serviço, o roteiro e as técnicas empregadas na produção, explicitando a sua aplicação em TV e/ou cinema. Como produto, deve ser anexado o roteiro da peça audiovisual (em arquivo PDF) e a peça audiovisual (em arquivo PDF com link para acesso ao produto, que deve estar ativo na avaliação). Aceita trabalhos exclusivamente de alunos dos cursos de Publicidade e Propaganda ou de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda ou tecnólogo em Produção Publicitária.

PP 11 Produção publicitária audiovisual para internet (avulso)
Modalidade voltada à produção publicitária audiovisual para Internet, desde que desenvolvida em disciplinas específicas, projetos experimentais e/ou TCCs, e projetos de extensão curriculares. No relatório, deve ser indicado briefing do produto, marca ou serviço, o roteiro e as técnicas empregadas na produção, explicitando a sua aplicação na Internet. Como produto, deve ser anexado o roteiro da peça audiovisual (em arquivo PDF) e a peça (em arquivo PDF com link para o produto, que deve estar ativo na avaliação). Aceita trabalhos exclusivamente de alunos dos cursos de Publicidade e Propaganda ou de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda ou tecnólogo em Produção Publicitária.

PP 12 Estratégia publicitária para mídia digital (avulso ou conjunto)
Modalidade voltada à produção de campanha ou job em mídia digital, podcasts, pop-ups, banners, entre outros, desde que desenvolvida em disciplinas específicas, projetos experimentais e/ou TCCs, e projetos de extensão curriculares. No relatório, deve ser apresentado o briefing, objetivos e estratégias de marketing e de comunicação (para o caso de campanhas), a função específica das peças produzidas na ação de comunicação ou marketing, as técnicas de produção etc. Como produto, deve(m) ser anexada(s) a(s) estratégia(s) (e sua(s) argumentação(ões)) e a(s) peça(s) produzida(s) em arquivo PDF com link(s) ativo(s) para o(s) produto(s). As peças publicitárias inscritas nesta modalidade não podem ser inscritas na modalidade Produção publicitária audiovisual para internet (avulso). Aceita trabalhos exclusivamente de alunos dos cursos de Publicidade e Propaganda ou de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda ou tecnólogo em Produção Publicitária.

PP 13 Publicidade em mídia alternativa (avulso)
Modalidade voltada para a produção publicitária em meios não contemplados anteriormente na categoria de Publicidade e Propaganda, tais como back-light, front-light, busdoor, placas, painéis, folhetos, entre outros, desde que desenvolvida em disciplinas específicas, projetos experimentais e/ou TCCs, e projetos de extensão curriculares. No relatório, deve ser apresentado o briefing, objetivos e estratégias de marketing e de comunicação (para o caso de campanha), função específica e técnicas de produção etc. Como produto, deve ser anexada(s) a(s) peça(s) produzida(s) em arquivo PDF. Aceita trabalhos exclusivamente de alunos dos cursos de Publicidade e Propaganda ou de Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda ou tecnólogo em Produção Publicitária.

CATEGORIA: PRODUÇÃO TRANSDISCIPLINAR

PT 04 Embalagem (avulso)
Modalidade voltada à produção de embalagem, valorizando aspectos como identidade visual, funcionalidade e segurança para o consumidor, viabilidade mercadológica e sustentabilidade ambiental, entre outros. Além do preenchimento do relatório, deve ser anexado o produto em arquivo PDF. Aceita trabalhos de todos os cursos de Comunicação (bacharel ou tecnólogo).

PT 07 Charge/caricatura/ilustração (avulso)
Modalidade voltada à produção de uma única imagem ilustrada – podendo ser uma charge, uma caricatura ou uma ilustração - carregada de conteúdo crítico. Além do preenchimento do relatório, deve ser anexado o produto em arquivo PDF. Aceita trabalhos de todos os cursos de Comunicação (bacharel ou tecnólogo).

PT 10 Comunicação e inovação (avulso)
Modalidade voltada à produção inovadora que estimule o senso criativo, em diferentes plataformas e suportes, comerciais ou experimentais. Produtos que apostem na inovação tecnológica, na experimentação das narrativas, na portabilidade e no conceito estético diferenciado são amplamente cabíveis nesta modalidade. Além do preenchimento do relatório, devem ser anexados os produtos ou indicado o endereço eletrônico em arquivo PDF. O link deve estar ativo no período da avaliação da Expocom (etapas regional e nacional). Aceita trabalhos de todos os cursos de Comunicação (bacharel ou tecnólogo).

PT 11 Aplicativos de comunicação (avulso)
Modalidade voltada à concepção e desenvolvimento de aplicativos que atendam a distintos fins, respeitando a promoção e/ou difusão da comunicação, com fins comerciais, sociais ou experimentais. Produtos ou protótipos que apostem na inovação tecnológica, na experimentação das narrativas, na portabilidade e no conceito estético diferenciado são amplamente cabíveis nesta modalidade. Além do preenchimento do relatório, devem ser anexados o planejamento/briefing em arquivo PDF, e o protótipo ou app finalizado em arquivo PDF ou indicar o endereço eletrônico em arquivo PDF. O link deve estar ativo no período da avaliação da Expocom (etapas regional e nacional). Aceita trabalhos de todos os cursos de Comunicação (bacharel ou tecnólogo).

PT 15 Empreendedorismo em comunicação

Modalidade voltada para elaboração de um projeto de negócio ou movimento inovador, que demonstre capacidade de alavancar mudanças e gerar impactos positivos na comunicaçãl. Além do preenchimento do relatório, deve ser anexado o projeto original, na íntegra, contendo análise de mercado, planejamento completo, descrição do processo para execução e resultados pretendidos, em arquivo PDF. Aceita trabalhos exclusivamente de alunos dos cursos de Relações Públicas, Comunicação Organizacional ou Comunicação – habilitação em Relações Públicas.

CATEGORIA: RÁDIO, TV E INTERNET

RT 03 Ficção em áudio e rádio – audiodramatização, peça radiofônica, radionovela e afins (avulso ou conjunto/série)
Modalidade voltada a produções experimentais de ficção em formatos de audiodrama, tais como peças radiofônicas, radionovelas e afins, desde que desenvolvidos em componente curricular (disciplinas, TCC, projetos experimentais ou extensão curricular), podendo ser avulso ou seriado. Além do preenchimento do relatório, deve ser anexado o produto ou indicado o endereço eletrônico em arquivo PDF. O link deve estar ativo e disponível no período da avaliação da Expocom (etapas regional e nacional). Aceita trabalhos de todos os cursos de Comunicação (bacharel ou tecnólogo).

RT 05 Produção audiovisual para mídias digitais (avulso ou conjunto/série)
Modalidade voltada exclusivamente para produtos audiovisuais experimentais especificamente para mídias digitais, desde que desenvolvidos em componente curricular (disciplinas, TCC, projetos experimentais ou extensão curricular, podendo ser avulso ou seriado. Além do preenchimento do relatório, deve ser anexado o produto ou indicado o endereço eletrônico em arquivo PDF. O link deve estar ativo e disponível no período da avaliação da Expocom (etapas regional e nacional). Aceita trabalhos de todos os cursos de Comunicação (bacharel ou tecnólogo).

RT 08 Planejamento e gestão na web/mídias sociais
Modalidade voltada para elaboração, execução e avaliação de um projeto em que a gestão das mídias sociais é o objetivo, podendo ser dirigido a organização, instituição, empresa ou personalidade. Além do preenchimento do relatório, deve ser anexado o projeto original na íntegra, relato da execução e avaliação de resultados, bem como a aplicação do mesmo, em arquivo PDF. O link deve estar ativo e disponível no período da avaliação da Expocom (etapas regional e nacional). Aceita trabalhos de todos os cursos de Comunicação (bacharel ou tecnólogo).

ANEXO II - Normas Técnicas para Submissão de Trabalhos em Suporte Informático

1. A submissão de trabalhos no Prêmio Galo de Ouro dar-se-á, obrigatoriamente, na seguinte ordem:

Passo 1 – Todos os trabalhos participantes deverão ser previamente cadastrados junto ao sistema informático ELIS pelo link divulgado pela comissão organizadora no Instagram oficial do evento (@galodeouropp)

Passo 2 – Cada aluno líder deverá efetuar a postagem do seu produto e do relatório de produção do trabalho após efetuar sua inscrição no Prêmio Galo de Ouro 2023.

2. Seleção de trabalhos:

Passo 1 – Os trabalhos inscritos serão avaliados por um júri. Até três trabalhos de cada modalidade serão selecionados. A critério da comissão organizadora do prêmio poderão ter menos selecionados em cada modalidade, caso os trabalhos inscritos estejam abaixo dos critérios de qualidade exigidos em regulamento.

Passo 2 – Será vencedor da modalidade, o trabalho que obtiver a maior média emitida pelo júri. O júri irá atribuir uma nota de 0 a 10 aos trabalhos analisados segundo critérios estabelecidos no regulamento do prêmio. Somente haverá um vencedor por modalidade.