

PRÊMIO GALO DE OURO 2021 - 3ª 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 2021, 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 16 de novembro a 13 de dezembro de 2021, por meio do link disponível no Instagram do curso: @ppunivali. De 01 a 10 de março de 2022 acontecerá o julgamento dos trabalhos por júri externo. Na noite de 22 de março, se as condições epidêmicas permitirem, serão divulgados os vencedores e entregues certificados e troféus em cerimônia especial de premiação a partir das 19h00, no auditório do bloco E1, com encerramento previsto para às 22h30. Caso contrário, a premiação acontecerá na mesma data e horário, mas através de ambiente virtual.

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 2022/ etapa região sul, previsto para acontecer em junho/2022 na Univali Balneário Camboriú.

O evento Galo de Ouro é promovido pelo Curso de Publicidade e Propaganda da Univali, e realizado pelos acadêmicos da disciplina de Promoção de Vendas, Merchandising e Eventos em 2021/2, com a orientação da professora Lígia Najdzion. Eventuais dúvidas deverão ser esclarecidas pelo email: galodeouroppunivali@gmail.com. O evento, assim como seus resultados, serão

divulgados nas redes sociais do curso de Publicidade e Propaganda, Instagram e Facebook (@ppunivali) e no Instagram do evento (@galodeourop).

REGULAMENTO DO GALO DE OURO 2021

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 2021 por estudantes regularmente matriculados no Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda da UNIVALI Itajaí.

Parágrafo 1º. Os trabalhos participantes da 3ª edição do Galo de Ouro 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 2021.

IV. Trabalhos acadêmicos de alunos que não estejam matriculados regularmente no curso de Publicidade e Propaganda da Univali.

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:

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 Produção Publicitária Audiovisual para TV e Cinema (avulso)

PP 07 Fotografia Publicitária (avulso)

PP 08 Anúncio Impresso (avulso)

PP 09 Cartaz (avulso)

PP 10 Outdoor (avulso)

PP 11 Estratégia Publicitária para Mídia Digital (avulso ou conjunto)

PP 12 Publicidade em Mídia Alternativa (avulso)

PP 13 Produção Publicitária Audiovisual para Internet (avulso)

II. PRODUÇÃO TRANSDISCIPLINAR:

PT 01 Edição de Livro (avulso)

PT 02 Design de Imprensa (avulso)

PT 03 Design Gráfico de Identidade (avulso)

PT 04 Embalagem (avulso)

PT 05 Ensaio fotográfico artístico (conjunto)

PT 06 Fotografia artística (avulso)

PT 07 Charge/caricatura/ilustração (avulso)

PT 08 Histórias em Quadrinhos (avulso)

PT 09 Games (avulso)

PT 10 Projeto de Comunicação integrada (avulso)

PT 11 Produção multimídia (avulso)

PT 12 Revista customizada (avulso)

PT 13 Comunicação e Inovação (avulso)

PT 14 Projetos de Extensão (avulso)

PT 15 Aplicativos de Comunicação (avulso)

III. RÁDIO, TV E INTERNET:

RT01 Programa laboratorial de áudio (avulso ou seriado)

RT02 Programa laboratorial de TV (avulso ou seriado)

RT03 Ficção em áudio e rádio - audiodramatização, peça radiofônica, radionovela e afins (avulso ou seriado)

RT04 Ficção em vídeo - Telenovela, Séries Televisivas e afins (avulso ou seriado)

RT05 Produção Audiovisual para mídias digitais (avulso ou seriado)

RT06 Blog (avulso)

RT07 Website (avulso)

3 – DAS ETAPAS DO PRÊMIO

Artigo 7º – O Prêmio Galo de Ouro ocorre em uma única etapa:

Artigo 8º – A única etapa ocorre no âmbito da UNIVALI. O Curso deve organizar conjuntamente esta única etapa.

Artigo 9º – O(s) professor(es) orientador(es) deve(m) ser indicado(s) na descrição do relatório do trabalho, bem como o briefing e justificativa do mesmo.

4 – DO JULGAMENTO

Artigo 10º – A avaliação é realizada por júri.

Parágrafo 1º. O júri é composto de docentes e/ou 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. Para poder submeter a modalidade à avaliação, ela deverá ter, no mínimo, três trabalhos inscritos concorrendo. Do contrário, a modalidade será excluída da premiação.

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.

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 22 de março de 2022, na Univali Itajaí.

Parágrafo 2º. Os vencedores (1ºs lugares) estarão automaticamente classificados para representar o curso de PP da Univali Itajaí na Expocom Sul 2022, previsto para acontecer em junho/2022 durante o Intercom Sul na Univali Balneário Camboriú.

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 22 de março de 2022 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 e na página oficial do curso de Publicidade e Propaganda.

Artigo 17º - Eventuais dúvidas ou esclarecimentos deverão ser feitos pelo e-mail galodeouropunivali@gmail.com.

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

6 – DISPOSIÇÕES FINAIS

Artigo 19º – 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

PP 01 Agência Escola de Publicidade e Propaganda (conjunto/série)

Para esta modalidade, deve ser postado como produto o portfólio da Agência referente à produção do ano até a data de inscrição, com os respectivos briefing e planejamentos. O formulário deve descrever a trajetória da agência e sua produção do período apresentado no portfólio com as devidas referências teóricas.

PP 02 Campanha Publicitária (conjunto/série)

Nesta modalidade, o formulário deve apresentar o briefing do cliente, a pesquisa de mercado, o planejamento com os objetivos e as estratégias de comunicação e/ou de marketing, o planejamento de mídia e suas táticas, a verba e o investimento da campanha, além da defesa de criação com suas justificativas. Como produto, devem ser postadas as peças publicitárias produzidas para a campanha.

PP 03 Pesquisa mercadológica (avulso)

O formulário desta modalidade deve apresentar métodos e técnicas empregadas (com referenciais teóricos) para a obtenção de informações focadas na solução de problemas, ou na identificação de oportunidades, relacionadas às ações de marketing e/ou de comunicação de marcas, produtos ou serviços. Tais dados, obtidos de forma empírica (coleta das informações junto ao mercado) e sistemática (a partir de métodos e técnicas fundamentadas para cada análise de mercado), devem apresentar uma análise dos resultados relacionada aos objetivos de marketing e/ou de comunicação apontados pelo cliente. Como produto, devem ser postados os resultados da pesquisa em forma de gráficos e/ou tabelas (para pesquisas quantitativas) e/ou relatórios de pesquisa (para as pesquisas qualitativas).

PP 04 Jingle (avulso)

Para esta modalidade, o formulário deve apresentar o briefing do produto, marca ou serviço, a composição do texto publicitário de forma musicada e sua defesa, indicando sua função específica no conjunto de uma campanha publicitária, ou sua função como peça avulsa. Tal função deve estar contextualizada às necessidades e/ou oportunidades indicadas pelo cliente através do briefing e/ou identificadas através de pesquisa. Como produto, deve ser postado o jingle produzido.

PP 05 Spot (avulso)

O formulário desta modalidade deve apresentar o briefing do produto, marca ou serviço, a fundamentação teórica das técnicas empregadas (BG, silêncio, FX etc.), o

texto publicitário e sua defesa, indicando sua função específica no conjunto de uma campanha publicitária, ou sua função como peça avulsa. Tal função deve estar contextualizada às necessidades e/ou oportunidades indicadas pelo cliente através do briefing e/ou identificadas através de pesquisa. Como produto, deve ser postado o spot produzido.

PP 06 Produção Publicitária Audiovisual para TV e Cinema (avulso)

O formulário desta modalidade deve apresentar o briefing do produto, marca ou serviço, o meio a ser veiculado (TV e/ou Cinema), a fundamentação teórica da linguagem e das técnicas empregadas na produção e gravação do filme (Planos, enquadramentos, Letterings, FX, ambientação etc.), a função específica do filme no conjunto de uma campanha publicitária, ou sua função como peça avulsa. Tal função deve estar contextualizada às necessidades e/ou oportunidades indicadas pelo cliente através de um briefing e/ou identificadas através de pesquisa. Como produto, deve ser postado o filme produzido.

PP 07 Fotografia Publicitária (avulso)

Para esta modalidade, o formulário deve apresentar o briefing do produto, marca ou serviço e descrever a produção da foto, com fundamentos teóricos da composição e da técnica empregada para a produção. A foto deve estar atrelada a uma campanha publicitária (real ou fictícia) e o produto a ser postado deve ser a foto produzida para a(s) peça(s) e a foto aplicada na(s) peça(s).

PP 08 Anúncio impresso (avulso)

Nesta modalidade, o formulário deve apresentar o briefing do produto, marca ou serviço, a fundamentação teórica das técnicas empregadas na produção (fontes, cores, composição texto/imagem etc.), o seu formato (especificações de tamanho e aplicação em Jornal ou Revista), a função específica do anúncio no conjunto de uma campanha publicitária, ou sua função como peça avulsa, contextualizada às necessidades e/ou oportunidades indicadas pelo cliente e/ou identificadas através de pesquisa. Deve ser postado como produto o anúncio impresso produzido (arte e mockup).

PP 09 Cartaz (avulso)

O formulário desta modalidade deve apresentar o briefing do produto, marca ou serviço, a fundamentação teórica das técnicas empregadas na produção (fontes, cores, composição texto/imagem etc.), o seu formato e os espaços de exposição. É importante apresentar a função específica do cartaz no conjunto de uma campanha publicitária, ou sua função como peça avulsa, tendo como referência as necessidades e/ou oportunidades indicadas pelo cliente e/ou identificadas através de pesquisa. Deve ser postado como produto o cartaz produzido (arte e mockup).

PP 10 Outdoor (avulso)

Para esta modalidade, o formulário deve apresentar o briefing do produto, marca ou serviço, a fundamentação teórica das técnicas empregadas na produção (fontes, cores, composição texto/imagem etc.), o seu formato (outdoor: 9mx3m ou megaoutdoor: 27mx3m) e a função específica da peça no conjunto de uma campanha publicitária, ou sua função como peça avulsa, tendo como referência as necessidades e/ou oportunidades indicadas pelo cliente e/ou identificadas através de pesquisa. Deve ser postado como produto o outdoor produzido (arte e mockup).

PP 11 Estratégia Publicitária para Mídia Digital (avulso ou conjunto)

Nesta modalidade, deve ser inscrito o trabalho que aborde uma campanha que utilize especificamente o ambiente digital. O formulário deve apresentar o briefing do cliente, os objetivos e as estratégias de marketing e de comunicação trabalhadas no ambiente digital e a defesa da aplicação da comunicação no meio digital a partir dos referenciais teóricos utilizados. Como produto, deve ser postado o planejamento completo da campanha digital e as peças produzidas para a campanha (posts, gifs, vídeos, podcasts, pop-ups, banners etc.).

PP 12 Publicidade em mídia alternativa (avulso)

Para esta modalidade, pode ser inscrito o trabalho com produções para mídias segmentadas, exteriores e que não tenham sido abordadas em outras modalidades da categoria Publicidade e Propaganda. Aqui se enquadram back-light, front-light,

busdoor, placa, painel, painel eletrônico, folheto, flyer, mídia indoor etc. No formulário desta modalidade deve conter o briefing do produto, marca ou serviço, a descrição da peça e seu formato, as técnicas empregadas na produção, sua estratégia de utilização com os referenciais teóricos e a função específica da peça no conjunto de uma campanha publicitária, ou sua função como peça avulsa, tendo como referência as necessidades e/ou oportunidades indicadas pelo cliente e/ou identificadas através de pesquisa. O produto deve apresentar a peça produzida (arte e mockup).

PP 13 Produção Publicitária Audiovisual para Internet (avulso)

O formulário desta modalidade deve apresentar o briefing do cliente, a plataforma onde será veiculado (site, Youtube, Facebook, Instagram etc.), a fundamentação teórica da linguagem e das técnicas empregadas na produção e gravação do filme (Planos, enquadramentos, Letterings, FX, ambientação etc.), a função específica do filme no conjunto de uma campanha publicitária ou planejamento estratégico para comunicação online, ou sua função como peça avulsa. Tal função deve estar contextualizada às necessidades e/ou oportunidades indicadas pelo cliente através de um briefing e/ou identificadas através de pesquisa. Como produto, deve ser postado o filme produzido.

CATEGORIA: PRODUÇÃO TRANSDISCIPLINAR

PT 01 Edição de Livro (avulso)

Modalidade voltada para edição de livros, contemplando aspectos gerais da obra, identidade visual, diagramação (distribuição espacial dos elementos da obra) e suporte (impresso, áudio, eletrônico ou multimídia). São observados também itens como presença de Conselho Editorial, ficha catalográfica, apresentação dos autores, dentre outros. Além do preenchimento do formulário padrão, deve anexar o produto.

PT 02 Design de Imprensa (avulso)

Modalidade voltada para a produção de trabalhos de design gráfico para produtos jornalísticos, como por exemplo jornais e revistas, contemplando os atributos

básicos de forma, textura, volume, cor etc. Além do preenchimento do formulário padrão, deve anexar o produto em pdf ou jpg.

PT 03 Design Gráfico de Identidade (avulso)

Modalidade voltada para a produção de trabalhos de identidade visual corporativa a partir da elaboração de logotipo, contemplando atributos básicos do design gráfico, como a estética da forma, tipografias, cores e suas aplicações, bem como a sistematização das informações verbais e não-verbais usadas na construção dessa identidade visual. Além do preenchimento do formulário padrão, deve anexar o produto em pdf ou jpg, incluindo logotipo e manual de Identidade Visual.

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, dentre outros. Além do preenchimento do formulário padrão, deve anexar o produto em pdf ou jpg.

PT 05 Ensaio fotográfico artístico (conjunto)

Modalidade voltada à produção de conjunto de cinco fotografias, no mínimo, e máximo de doze, enquanto coletânea de imagens que contam uma história de fatos ou conceitos, sob a ótica da natureza artística. Além do preenchimento do formulário padrão, deve anexar somente as imagens em pdf ou jpg.

PT 06 Fotografia artística (avulso)

Modalidade voltada à produção de uma única peça enquanto imagem artística que capta um instante qualquer. Não há, nesta modalidade, a preocupação em necessariamente retratar a realidade, permitindo ao estudante exercitar seu olhar em algo mais próximo da pintura, por exemplo. É proibida a submissão de fotografia já enviada para outra modalidade. Além do preenchimento do formulário padrão, deve anexar somente a imagem em pdf ou jpg.

PT 07 Charge/caricatura/ilustração (avulso)

Modalidade voltada à produção de imagem ilustrada, carregadas de conteúdos críticos. Os trabalhos aqui inscritos podem ser difundidos em qualquer suporte. Além do preenchimento do formulário padrão, deve anexar o produto em pdf ou jpg.

PT 08 Histórias em Quadrinhos (avulso)

Modalidade voltada à produção de histórias em quadrinhos que conjuguem imagens e textos, para contar sequencialmente uma história, um fato, uma ação etc, podendo ter sido publicada em formatos impressos e/ou digitais. São consideradas HQ formas de expressão conhecidas como comic books, graphic novel, mangás e webcomics, dentre outros. Além do preenchimento do formulário padrão, deve anexar o produto em pdf ou jpg ou indicar o endereço eletrônico da produção em arquivo pdf, na inscrição do trabalho. O link deve estar ativo no período da avaliação do prêmio.

PT 09 Games (avulso)

Modalidade voltada ao planejamento e produção de games desenvolvidos para um suporte ou para multimeios. O paper deve incluir itens como projeto gráfico, possibilidade de interação com usuário e criatividade. Além do preenchimento do formulário padrão, deve anexar o game, roteiro em pdf ou indicar o endereço eletrônico da produção, em arquivo pdf, na inscrição do trabalho. O link deve estar ativo no período da avaliação do Prêmio.

PT 10 Projeto de Comunicação Integrada (avulso)

Modalidade voltada à produção de projeto de comunicação integrada, incluindo apresentação do relatório descritivo, incluindo planejamento, etapas do trabalho e produtos finais derivados. São aceitos projetos que contemplem qualquer suporte e, na medida do possível, recomenda-se que sejam apresentados os resultados aferidos. Além do preenchimento do formulário padrão, deve anexar o projeto na íntegra em pdf.

PT 11 Produção multimídia (avulso)

Modalidade voltada à produção multimídia que se caracteriza pela elaboração de materiais difundidos em pelo menos dois suportes (Internet e TV, por exemplo). Deve contemplar aspectos como interação com o usuário, identidade visual e formas de difusão, dentre outros. Além do preenchimento do formulário padrão, deve anexar os produtos em pdf ou indicar o endereço eletrônico da produção, em arquivo pdf, na inscrição do trabalho. O link deve estar ativo no período da avaliação do Prêmio.

PT 12 Revista customizada (avulso)

Modalidade voltada à produção de revista customizada que apresente produto personalizado (customizado), digital ou não. Deve contemplar formas de circulação, identidade visual, sustentabilidade ambiental e marco conceitual. Além do preenchimento do formulário padrão, deve anexar a revista em pdf.

PT 13 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 formulário padrão, deve anexar os produtos em pdf ou indicar o endereço eletrônico da produção, em arquivo pdf, na inscrição do trabalho. O link deve estar ativo no período da avaliação do Prêmio.

PT 14 Projetos de Extensão (avulso)

Modalidade voltada aos resultados e produtos – em diferentes mídias e suportes – gerados por projetos de extensão realizados na instituição. Somente podem ser inscritos projetos de extensão que contem com estudantes – bolsistas ou voluntários – em sua equipe de execução, com coordenação de docente(s) responsável(eis) pela orientação de todas as atividades. Além do preenchimento do formulário padrão, deve anexar os produtos em pdf ou indicar o endereço eletrônico da produção, em arquivo pdf, na inscrição do trabalho. O link deve estar ativo no período da avaliação do Prêmio.

PT 15 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 formulário-padrão, devem ser anexados o planejamento/briefing e o protótipo ou app finalizado em pdf ou indicar o endereço eletrônico da produção na inscrição do trabalho. O link deve estar ativo no período da avaliação do Prêmio.

CATEGORIA: RÁDIO, TV E INTERNET

RT 01 Programa laboratorial de áudio (avulso ou seriado)

Modalidade voltada à produção de programas em áudio ou radiofônicos em diversos formatos (programas de variedades, documentários, musicais - com exceção de radionovelas), desde que desenvolvidos no âmbito de disciplinas específicas, projetos experimentais e/ou TCCs. Além do preenchimento do formulário padrão, o produto ou peça avulsa ou seriada deve ser anexada em mp3.

RT 02 Programa laboratorial de TV (avulso ou seriado)

Modalidade voltada à produção de programas experimentais de vídeo ou de TV em diversos formatos (programas de entretenimento, variedades, musicais – com exceção de telenovelas), desde que desenvolvidos no âmbito de disciplinas específicas, projetos experimentais e/ou TCCs. Além do preenchimento do formulário padrão, o produto ou peça avulsa ou seriada deve ser anexada ou o endereço eletrônico da produção deve ser indicado em arquivo pdf, na inscrição do trabalho. O link deve estar ativo no período da avaliação do Prêmio.

RT 03 Ficção em áudio e rádio – audiodramatização, peça radiofônica, radionovela e afins (avulso ou seriado)

Modalidade voltada a produções experimentais de ficção em formatos de audiodrama, tais como peças radiofônicas, radionovelas e afins, desde que

desenvolvidas no âmbito de disciplinas específicas, projetos experimentais e/ou TCCs. Além do preenchimento do formulário padrão, o produto ou peça avulsa ou seriada deve ser anexada em mp3.

RT 04 Ficção em vídeo – Telenovela, Séries Televisivas e afins (avulso ou seriado)

Modalidade voltada à produção de programas experimentais de ficção seriada, tais como telenovelas, séries, micro-séries e afins desde que desenvolvidos no âmbito de disciplinas específicas, projetos experimentais e/ou TCCs. Além do preenchimento do formulário padrão, o produto ou peça avulsa ou seriada deve ser anexada ou o endereço eletrônico da produção deve ser indicado em arquivo pdf, na inscrição do trabalho. O link deve estar ativo no período da avaliação do Prêmio.

RT 05 Produção Audiovisual para mídias digitais (avulso ou seriado)

Modalidade voltada para produtos audiovisuais experimentais especificamente para mídias digitais, desde que desenvolvidos no âmbito de disciplinas específicas, projetos experimentais e/ou TCCs. Além do preenchimento do formulário padrão, o produto ou peça avulsa ou seriada deve ser anexada ou o endereço eletrônico da produção deve ser indicado em arquivo pdf, na inscrição do trabalho. O link deve estar ativo no período da avaliação do Prêmio.

RT 06 Blog (avulso)

Modalidade voltada à produção de blog utilizado para fins pessoais ou comerciais, não jornalísticos, contemplando a identidade visual, mensuração de acesso, frequência de atualização e aplicação de recursos multimídia. Além do preenchimento do formulário padrão, o endereço eletrônico da produção deve ser indicado em arquivo pdf, na inscrição do trabalho. O link deve estar ativo no período da avaliação do Prêmio.

RT 07 Website (avulso)

Modalidade voltada à produção de website, com temas permanentes ou temporários, desenvolvidos para organismos públicos ou privados, devendo estar no ar quando do momento da avaliação por parte do júri e contemplar aspectos como identidade

visual, mensuração de acesso, frequência de atualização e aplicação de recursos multimídia. Além do preenchimento do formulário padrão, o endereço eletrônico da produção deve ser indicado em arquivo pdf, na inscrição do trabalho. O link deve estar ativo no período da avaliação do Prêmio.

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 através do link disponibilizado no perfil do Instagram do curso de Publicidade e Propaganda, o @ppunivali.

Passo 2 – Cada aluno líder poderá efetuar a postagem do seu produto e do relatório de produção após a inscrição no Galo de Ouro.

2. Seleção de trabalhos:

Passo 1 – Os trabalhos inscritos serão avaliados por um júri. Até três trabalhos de cada modalidade serão selecionados. O critério da comissão organizadora do prêmio poderá ter um número menor de 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.