

REGULAMENTO DO FESTIVAL MINAS DE COMUNICAÇÃO

1. DO FESTIVAL

O Festival Minas de Comunicação é uma iniciativa do SINAPRO-MG - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, com realização anual objetivando a contribuição, o estímulo à criatividade e o desenvolvimento da propaganda mineira, seus profissionais e anunciantes.

2. DO ÂMBITO

2.1 – O Festival Minas de Comunicação será realizado em sua única versão estadual, abrangendo todos os municípios do Estado de Minas Gerais, de acordo com os princípios básicos deste regulamento.

2.2 – Somente podem concorrer peças de agências filiadas ao SINAPRO-MG - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, criadas em Minas Gerais e que tenham tido sua veiculação em qualquer Estado do Brasil no período de **1º de janeiro de 2008 até 31 de maio de 2009**.

2.3 – Em caso de dúvidas, o SINAPRO-MG – Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais poderá solicitar a apresentação de autorizações de produção e veiculação, inclusive notas fiscais de fornecedores e veículos de comunicação, emitidas contra o respectivo cliente.

3. DA RESPONSABILIDADE

3.1 – A organização, coordenação e execução do Festival Minas de Comunicação é de responsabilidade do SINAPRO-MG - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, através da Comissão Organizadora do Festival, formada por dirigentes de agências filiadas, para participação exclusiva de agências de propaganda estabelecidas em Minas Gerais e filiadas ao SINAPRO-MG.

3.2 – A peça matriz do Grand Prix e do Troféu Ouro do Festival Minas de Comunicação, especialmente confeccionadas para fundição das demais, é propriedade do SINAPRO-MG – Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, ficando sob sua guarda e responsabilidade.

3.3 – Em todas as peças de divulgação e administrativas haverá sempre o registro dos parceiros investidores conforme previsto no plano de cotas do Festival Minas de Comunicação.

4. DAS CATEGORIAS DE PREMIAÇÃO

O Festival Minas de Comunicação abrange as seguintes categorias, a saber:

01 – Filmes (TV e Cinema)

02 – Rádio (Spots e Jingles)

03 – Mídia Impressa (Jornal e Revista)

04 – Mídia Externa (Outdoor / Busdoor / Pannel / Threevision / Tácidoor / Abrigo de Ônibus / Empenas/ Backbus)

05 – Merchandising (Cartazes / Folder / Mala Direta / Cartões Diversos/ Encartes/ Embalagens / Peças Promocionais / Publicações / Brindes / Estandes Promocionais de Feiras e de Vendas / Displays / Banners / WC/ Hotel/ Academia/ Cinema/ Restaurante/ Shopping)

06 – Internet (Site / Hotsites / Banners / Pop-up / Filmes para Internet / Marketing Viral / Games/ Ações Promocionais / Floats)

07 – Campanha (mínimo de 03 peças no mesmo meio ou em diversos meios de comunicação)

08 – Campanha de Comunicação Interna

5. DA PREMIAÇÃO

5.1 – A premiação será dividida da seguinte forma por categoria:

- Troféu Grand Prix: ao melhor trabalho entre os apresentados em cada categoria, a critério do júri, desde que a média aritmética seja igual ou maior que oito.
- Troféu Ouro do Festival Minas de Comunicação: será concedido para cada categoria o Troféu Ouro do Festival Minas de Comunicação, às peças que alcançarem a maior média aritmética.
- Diplomas de Prata e Bronze do Festival Minas de Comunicação: serão concedidos para cada categoria diplomas de prata e bronze às peças que alcançarem a 2ª e 3ª maiores médias aritméticas, respectivamente.
- Anuário Digital: as peças indicadas pelo júri para o Short-List obrigatoriamente constarão no anuário digital, localizado no Hotsite que está disponível no website do SINAPRO-MG para fins de acervo e divulgação.

5.2 – Os Troféus Grand Prix de Melhor Agência do Festival Minas de Comunicação e Ouro do Festival Minas de Comunicação será concedido à agência com o maior número de peças indicadas pelo júri, que tenham obtido maior média aritmética no julgamento.

5.3 – Os diplomas de prata e bronze serão entregues à agência e ao anunciante, que tenham alcançado a 2ª e 3ª maior média aritmética, respectivamente.

5.4 – Réplicas dos troféus e cópias dos diplomas poderão ser solicitadas à Diretoria do SINAPRO-MG, mediante pagamento de taxa específica.

6. DA ESCOLHA DA AGÊNCIA DO ANO

6.1 – A escolha da Agência do Ano se dará por meio da somatória dos pontos ganhos na premiação com entrega do troféu “Grand Prix Agência do Ano” obedecendo, o seguinte critério:

- o Troféu Grand Prix do Festival Minas de Comunicação 10 pontos
- o Troféu Ouro do Festival Minas de Comunicação.....08 pontos
- o Diploma de Prata do Festival Minas de Comunicação.....05 pontos
- o Diploma de Bronze do Festival Minas de Comunicação03 pontos

6.2 – Em caso de empate será escolhida Agência do Ano aquela que obtiver maior número de peças premiadas com Ouro. Se ainda assim continuar o empate, o próximo critério de desempate é o número de peças premiadas com prata. O critério do desempate seguinte é o número de Bronze, e o último é o número de peças indicadas no Short-List para publicação no anuário digital.

7. DAS INSCRIÇÕES

7.1 – As inscrições para o Festival Minas de Comunicação só poderão ser feitas por agências de propaganda sindicalizadas, instaladas com sua equipe de criação no Estado de Minas Gerais, através de seus representantes e em dia com suas obrigações sociais.

7.2 – As inscrições das peças têm início para a primeira chamada **no dia 05 de junho encerrando-se no dia 30 de junho de 2009, às 18h**, e a segunda chamada encerrando-se **no dia 07 de julho de 2009. Não haverá em nenhuma hipótese prorrogação desse prazo.**

7.3 – Todas as inscrições deverão ser feitas exclusivamente através do preenchimento da ficha de inscrição disponível no hotsite www.comunica-mg.com.br e do envio do material inscrito conforme normas abaixo.

7.4 – As taxas de inscrição estipuladas para o Festival Minas de Comunicação são as seguintes, de acordo com o período de inscrição:

INSCRIÇÃO	Até 26/06/2009	Após 26/06/2009 *
Peça Única	R\$ 70,00	R\$ 77,00
Campanha	R\$ 180,00	R\$ 198,00

* 10% (vinte) de acréscimo.

7.5 – O pagamento das taxas de inscrições será efetuado através de **boleto bancário**, que será gerado no site www.comunica-mg.com.br ao **final das inscrições** das peças e/ou

campanhas. O comprovante do pagamento deverá ser entregue na sede do **Sinapro-MG** juntamente com as peças e/ou campanhas. O não pagamento impossibilita que agência participe da Comissão de Validação, desclassificando automaticamente as peças e campanhas não pagas.

7.6 – Todas as peças inscritas e pagas serão avaliadas pela Comissão de Validação do Festival Minas de Comunicação, que verificará se as mesmas estão inscritas na categoria correta. Caso haja divergência da peça inscrita em relação à sua categoria, a Comissão de Validação fará a inscrição na categoria devida ou devolverá o valor da inscrição caso a agência não concorde com a decisão da comissão.

7.7 – Todas as categorias do Festival Minas de Comunicação deverão ter no mínimo 10 (dez) peças inscritas e 03 (três) agências distintas. As categorias que não alcançarem o número de peças e agências serão canceladas e as inscrições serão devolvidas para as agências responsáveis pela peça. Para a 2ª fase do julgamento será necessário um mínimo de 05 peças por categoria.

7.8 – **São soberanas as decisões da Comissão de Validação, não sendo objeto de recurso por parte das agências.**

7.9 – **As peças poderão ser inscritas individualmente e como campanha.**

7.10 – No intuito de esclarecimento sobre particularidades regionais das peças inscritas, é facultado às agências apresentarem justificativas que melhor orientem os jurados.

8. DO FORMATO DAS PEÇAS

8.1 – Para serem inscritas e aceitas, as peças deverão atender aos seguintes requisitos:

- **Filmes (TV e Cinema)** – todas as peças deverão ser apresentadas no formato mpeg e gravadas em DVD (**01 DVD por categoria**).
- **Rádio** – gravadas em CD, por categoria, no formato MP3.
- **Mídia Impressa** – anúncios montados em papel supremo 300g – branco no formato 02 (48 x 66 cm) em **reprodução gráfica ou impressos**, no seu formato original e 01 cópia em CD.
- **Mídia Externa** – fotos, provas offset ou layout montados em papel supremo 300g – branco no formato 02 (48 x 66 cm) com uma cópia em CD.
- **Campanhas** – pranchas montadas em papel supremo 300g – branco, no formato 02 (48 x 66 cm), lado a lado no estilo sanfona (**Peças gráficas**); DVD (**Filmes**) e CD (**Rádio**).
- **Campanha de Comunicação Interna** – pranchas montadas em papel supremo 300g – branco, no formato 02 (48 x 66 cm), lado a lado no estilo sanfona (**Peças gráficas**); DVD (**Filmes**) e CD (**Rádio**).

- o **Internet** – Link/ endereço (**URL**) ativo e direto da peça inscrita, sem proteção por senha; e imagem da página principal em **JPG**, em sua dimensão original (**largura e altura**), formato **RGB**, com um tamanho de até **01 Megabyte**.
- o **Merchandising** - Embalagens, cartazes, folders, mala direta, cartões diversos e peças promocionais deverão ser apresentados no formato original ou através de fotos, montados em papel supremo 300g – branco, no formato 02 (48 x 66 cm) com 01 cópia em CD. Estandes promocionais de feiras e de vendas, displays, banners, WC, hotel, academia, cinema, restaurante, shopping, deverão ser apresentados através de fotos, provas offset ou layout montados em papel supremo 300g – branco no formato 02 (48 x 66 cm) com uma cópia em CD.

Parágrafo Primeiro – Os links das peças inscritas na categoria Internet deverão estar disponíveis até o dia 21 de agosto de 2009. Caso no momento da votação técnica ou popular não seja possível visualizar o website ou a peça, por problemas técnicos, estas serão julgadas somente pela imagem enviada.

Parágrafo Segundo – As peças da categoria Internet deverão conter somente a peça em questão, sem qualquer informação adicional.

Parágrafo Terceiro – A não observância dos critérios técnicos estabelecidos para cada formato poderá acarretar em prejuízo de visualização das peças pelos jurados.

Parágrafo Quarto – As peças gráficas, independentes de seu tamanho, devem ser montadas em papel supremo 300g – branco, no formato 02 (48 x 66 cm) com 01 cópia em CD.

Parágrafo Quinto – Todo material inscrito deverá ser entregue da seguinte forma:

- ✓ A ficha de inscrição (pequena) **colada atrás** em cada uma das peças
- ✓ A ficha de inscrição (grande) também anexada a cada uma das peças, porém **sem colar**.
- ✓ Em seguida todo o material deverá ser colocado em uma pasta, anexando a relação das peças inscritas no lado externo.

9. DO JÚRI

9.1 – O júri será constituído por profissionais da área publicitária de outros Estados, a partir de indicações das agências associadas e dos SINAPRO de outros estados da federação. A definição final da escolha dos jurados será feita pela Comissão Organizadora do Festival Minas de Comunicação.

10. DO JULGAMENTO

O julgamento do Festival Minas de Comunicação ocorrerá nos dias 25 e 26 de julho de 2009.

Parágrafo Primeiro – O critério de julgamento está definido nas Normas e Procedimentos de Julgamento, que será entregue a cada jurado previamente para conhecimento e cumprimento.



Parágrafo Segundo – Não caberá recurso de qualquer espécie às decisões tomadas pelos jurados.

Parágrafo Terceiro – As sessões do júri não serão abertas ao público interessado, sendo permitida apenas a presença dos jurados, Presidente do Júri, Secretária Executiva do SINAPRO-MG, a empresa responsável pela auditoria de todo o processo de julgamento e guarda do resultado até a noite de entrega dos troféus, e quatro auxiliares de apoio.

Parágrafo Quarto – Caberá aos jurados, tão somente o julgamento das peças.

Parágrafo Quinto – Em caso de empate na 2ª Fase em um item das diversas categorias, prevalecerá para o critério de desempate, as notas maiores obtidas em cada peça (maior quantidade de notas dez, nove, oito, etc).

Parágrafo Sexto – As peças que forem premiadas em qualquer categoria não serão devolvidas, e passarão a pertencer ao acervo do SINAPRO-MG que delas poderá tirar cópias, fazer reproduções ou qualquer outro uso que esteja de acordo com os objetivos sociais da entidade, tais como edições de livros, exposições, mostras em exposições, etc.

11. DA DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS

11.1 – O Short-List dos indicados para o prêmio será exposto em local a ser definido.

11.2 – A entrega dos troféus do Festival Minas de Comunicação será no dia 21 de agosto de 2009 em local a ser definido.

12. DISPOSIÇÕES GERAIS

12.1 – Os casos omissos serão resolvidos pela Comissão Organizadora do Festival Minas de Comunicação.

12.2 – A inscrição no Festival Minas de Comunicação significa total aceitação dos termos desse regulamento.

Belo Horizonte/ MG, 05 de junho de 2009.

SINAPRO-MG – Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais