



## **Regulamento Wave Festival 2018**

---

# Wave Festival 2018

---

O Wave Festival in Rio 2018 vem com novidades importantes neste ano. Depois de completar 10 anos valorizando a criatividade latina, e servindo de referência sobre o que de melhor é produzido na região, o WAVE se consolidou e hoje é disputado e desejado por profissionais já renomados e por aqueles que buscam ainda escrever seu nome entre os grandes do mercado.

O WAVE nasceu no mês de abril para que pudesse receber a maioria das peças a serem inscritas em Cannes, assim servindo como uma prévia da região e de certa forma carimbando alguns trabalhos para que tivessem a atenção merecida nos diversos festivais mundiais que acontecem a partir de junho. Com o envio eletrônico de peças, o prazo de encerramento de inscrições ficou mais curto, então o **WAVE está mudando para o mês de maio**. Acontecerá de 21 a 23 de maio, no novo Grand Hyatt do Rio de Janeiro. Para a maioria dos trabalhos, **somente o envio digital de arquivos será necessário**, evitando a necessidade de impressão e montagem de pranchas, e o envio pelo correio.

Como o WAVE quer ser uma vitrine do melhor da criação latina para o mundo, **unificamos o nome de todas as categorias e sub-categorias para o inglês**, facilitando o entendimento e consulta sobre os premiados. E também **seguimos em grande parte as mudanças nestes itens feitas pelo Cannes Lions**, mas naturalmente olhando para o histórico do WAVE e as particularidades dos mercados latinos para manter o que vinha funcionando.

Nesta linha de atuação, **algumas categorias do WAVE mudaram de nome**: o antigo Promo passa a se chamar Brand Experience & Activation; Press passa a ser Print & Publishing; Green muda para Social Change; e Cyber se divide em Digital e Digital Craft. **Também adicionamos novas categorias**: Media; Social & Influencer; e Industry Craft. Com estas mudanças, o WAVE passou a ter 18 categorias de premiação. Cada uma delas pode ter um Grand Prix, e as subcategorias manterão as premiações de Ouro, Prata e Bronze. Cada premiação continua a contar pontos para a Agência do Ano, e este ano **o WAVE também reconhecerá a Holding do Ano**.

Um dos grandes diferenciais do WAVE entre os festivais de criação da região é que ele é o único que reúne todos os jurados fisicamente para a avaliação dos trabalhos, em todas as fases de julgamento. Este ano **ampliaremos o número de jurados para 70**, com o número de brasileiros não sendo maior do que o de outras nacionalidades. E, para que possamos preparar tudo da melhor forma para o trabalho deste grupo especial de jurados, teremos 2 deadlines para inscrições. O primeiro deadline regular, em 27 de abril, com os mesmos valores do ano passado. E um segundo deadline estendido, em 7 de maio, com uma taxa extra para processamento com urgência. Aproveite, portanto, o menor valor e envie suas inscrições até 27 de abril. Por fim, para facilitar a inscrição de um maior número de peças, **o WAVE a partir deste ano conta com a inscrição de campanha em algumas categorias**. Até o ano passado era necessário inscrever as peças de uma campanha individualmente. Agora, a agência pode optar por inscrever como campanha e incluir até 5 peças no material a ser avaliado pelo júri.

Esperamos, com estas mudanças, manter o WAVE em sua trajetória de sucesso, sendo cada vez mais reconhecido como a principal premiação latina de criatividade. Sua participação é muito importante para que ele seja relevante e representativo do melhor da região.

# Índice

Item	Página
1. Calendário	3
2. Taxas	3
3. Elegibilidade	4
4. Inscrições	4
5. Tratamento e publicações de peças	5
6. Materiais e Formatos	6
7. Julgamento	7
8. Premiação	7
9. Cancelamentos	8
10. Contato	8
11. Categorias	9
11.1 Blue Wave	9
11.2 Brand Experience & Activation	10
11.3 Branded Content & Entertainment	12
11.4 Design	15
11.5 Digital	18
11.6 Digital Craft	20
11.7 Direct	22
11.8 Film	25
11.9 Film Craft	28
11.10 Industry Craft	29
11.11 Media	31
11.12 Mobile	34
11.13 Outdoor	37
11.14 PR	40
11.15 Print & Publishing	43
11.16 Radio & Audio	45
11.17 Social & Influencer	47
11.18 Social Change	50

# 1. Calendário

Ação	Data
Abertura de inscrições	19 de fevereiro de 2018
Encerramento de inscrições regulares	27 de abril de 2018
Encerramento de inscrições estendidas*	7 de maio de 2018
Coquetel de premiação: Hotel Grand Hyatt, Rio de Janeiro - RJ, Brasil.	23 de maio de 2018 - 19h

\*Será cobrado um valor extra de US\$100,00 para inscrições neste período, referente a custos de processamento com urgência.

As inscrições não poderão ser canceladas após a confirmação de envio.

## 2. Taxas

Nas categorias abaixo, será cobrado um único valor por inscrição, sendo possível inserir até 5 peças.

Categorias	Até 27 de abril	Depois de 27 de abril
Blue Wave	US\$ 650,00	US\$ 750,00
Branded Content & Entertainment	US\$ 450,00	US\$ 550,00
Brand Experience & Activation	US\$ 400,00	US\$ 500,00
Design	US\$ 400,00	US\$ 500,00
Digital Craft	US\$ 400,00	US\$ 500,00
Direct	US\$ 400,00	US\$ 500,00
Media	US\$ 400,00	US\$ 500,00
Mobile	US\$ 400,00	US\$ 500,00
PR	US\$ 400,00	US\$ 500,00
Social Change	US\$ 350,00	US\$ 450,00
Social & Influencer	US\$ 400,00	US\$ 500,00

Nas categorias abaixo as inscrições poderão ser feitas por peças ou por campanha, sendo que caso seja escolhida a opção campanha, esta poderá ter no máximo 5 peças.

Categorias	Peças	Campanha	Peças	Campanha
	Até 27 de abril	Até 27 de abril	Depois de 27 de abril	Depois de 27 de abril
Digital	US\$ 400,00	US\$ 800,00	US\$ 500,00	US\$ 900,00
Industry Craft	US\$ 400,00	US\$ 800,00	US\$ 500,00	US\$ 900,00
Film	US\$ 450,00	US\$ 900,00	US\$ 550,00	US\$ 1000,00
Film Craft	US\$ 450,00	US\$ 900,00	US\$ 550,00	US\$ 1000,00
Outdoor	US\$ 400,00	US\$ 800,00	US\$ 500,00	US\$ 900,00
Print & Publishing	US\$ 400,00	US\$ 800,00	US\$ 500,00	US\$ 900,00
Radio & Audio	US\$ 400,00	US\$ 800,00	US\$ 500,00	US\$ 900,00

**Atenção:** Haverá uma cobrança extra de **US\$100,00**, referente a custos de processamento com urgência para peças inscritas após **27 de abril de 2018**.

## 3. Elegibilidade

---

1. O Festival está aberto para todos os envolvidos na indústria da comunicação em toda a América Latina e mercado hispano-americano.
2. As inscrições não podem ser efetuadas sem autorização prévia dos anunciantes proprietários dos direitos de comunicação das peças.
3. Todas as peças inscritas deverão ter sido publicadas pela primeira vez entre entre **01 de janeiro de 2017 a 7 de maio de 2018**.
4. Todas as peças inscritas devem ter sido produzidas e veiculadas segundo contratos comerciais pagos, firmados com clientes pessoas jurídicas, de empresas registradas e operantes. O cliente deve ter pago todos ou a maior parte dos custos de mídia. Exceção às peças inscritas na categoria **Social Change** ou **subcategoria Not-for-profit / Charity**, cujos custos podem ter sido negociados livremente. O Festival se reserva o direito de requisitar documentos comprobatórios da efetiva veiculação das peças inscritas, com vistas a validar sua veracidade, no caso de sua qualificação para shortlist ou premiação.
5. As peças inscritas no evento não poderão ter participado de edições anteriores.
6. Os organizadores poderão recusar inscrições que ofendam sentimentos nacionais, religiosos ou o gosto comum.
7. As peças inscritas que até a data do julgamento tiverem infringido qualquer norma legal de seu país de origem deixarão de ser elegíveis. É dever do responsável pela inscrição notificar os organizadores caso qualquer violação dessa natureza seja registrada até a Cerimônia de Premiação.
8. Podem participar agências latinas e agências do mercado hispano americano, com trabalhos feitos diretamente para o público latino e/ou trabalhos feitos para outros públicos e veiculados globalmente. Agências não latinas mas com trabalhos direcionados para o mercado latino e/ou hispano americano também podem participar.

## 4. Inscrições

---

1. Não serão aceitas peças físicas cujas respectivas fichas de inscrição não tenham sido preenchidas através do site do evento.
2. Cada peça/campanha deve ser inscrita apenas por um responsável e isso deve ser acordado previamente entre as partes interessadas. No caso de registro de inscrições duplicadas, será considerada apenas a primeira inscrição como válida.
3. Caso a inscrição seja feita em peças individuais, vídeo-cases só poderão ser inseridos como material explicativo, para ajudar na avaliação dos jurados, que serão instruídos a avaliar a peça individualmente.
4. O mesmo case pode ser inscrito como campanha e como peças individuais. O Júri poderá agregar peças inscritas individualmente se entender que como campanha elas merecem ser premiadas.
5. Peças que façam parte de uma campanha podem ser inscritas e pagas como campanha, esta poderá ter no máximo 5 peças e será avaliada como um todo, não podendo o júri desmembrar a campanha para premiar apenas uma peça isolada.
6. Campanhas do tipo “teaser” em que cada peça tomada individualmente é de baixa relevância e onde o nome do anunciante, produto ou marca, aparece apenas uma vez, poderão ser consideradas como uma única inscrição de peças, desde que apresentadas em um único arquivo.

7. Uma peça ou campanha pode ser inscrita em mais de uma categoria. Ou dependendo da categoria em mais de uma subcategoria. Considere e analise atentamente as categorias oficiais do festival. Os jurados se reservam o direito de mover peças dentro de uma categoria no caso de entender qualquer inadequação.
8. Todos os formulários de inscrição devem ser totalmente preenchidos online, no site do festival, incluindo valores e formas de pagamento. As inscrições serão consideradas oficialmente completas e finalizadas apenas no momento em que todo material exigido para inscrição esteja no banco de dados online do WAVE FESTIVAL.
9. Todas as inscrições deverão ter o upload realizado até o dia **27 de abril de 2018** para inscrições regulares ou **7 de maio de 2018** para inscrições estendidas.
10. Considere com atenção as informações contidas em cada formulário, pois serão elas que servirão de orientação para divulgação e premiação. Se sua peça for premiada, os créditos publicados no site do Festival e comunicados publicamente serão os constantes das fichas de inscrição. As alterações serão possíveis até a finalização da inscrição. Após essa data mediante consulta à organização, respeitando o prazo limite até o dia 7 de maio de 2018 e após esse prazo não será permitido nenhum tipo de mudança.
11. As peças podem ser apresentadas nos seguintes idiomas:
  - Para peça em língua portuguesa usar idioma original com legenda em espanhol ou inglês, ou a peça traduzida para o inglês.
  - Para peça em língua espanhola usar idioma original com legenda em português ou inglês, ou a peça traduzida para o inglês.
  - Para peça originalmente em inglês não é necessário legenda ou tradução.

É proibido nas legendas ou traduções alterar ou adaptar ao inglês usos específicos de linguagem, características socioculturais de cada país ou região, troca de nomes de personalidades locais e mudar trilha sonora. É preciso manter a concepção da ideia original.

Dentro do campo sinopse é possível colocar considerações adicionais com vista a esclarecer as peças em questões de linguagem, características socioculturais, etc.

**É extremamente recomendado que a sinopse seja traduzida para o inglês já que, se premiada, a peça será divulgada internacionalmente.**

12. Não citar ou se referir, em nenhum momento, ao nome ou logomarca da agência ou de qualquer dos envolvidos no desenvolvimento das peças e projetos inscritos.

## 5. Tratamento e Publicação das Peças

---

1. Todo material submetido ao Festival torna-se propriedade dos Organizadores e não será devolvido.
2. Com o objetivo de promover e difundir o festival, os responsáveis por cada peça entendem que seu material passará a fazer parte do acervo permanente e histórico do WAVE FESTIVAL, autorizando assim os organizadores a utilizar esse material em apresentações públicas ou privadas, bem como utiliza-las em seu próprio material de divulgação, ou ainda em peças para comercialização.

3. Esse acervo histórico é de propriedade exclusiva dos Organizadores, não podendo, portanto, ser divulgado, duplicado ou copiado, em parte ou no seu todo, de qualquer forma ou para qualquer objetivo, sem autorização prévia da organização do evento.
4. Os Organizadores, assegurados pelos responsáveis de cada peça inscrita, entendem seus os direitos para uso e comercialização das peças participantes do Festival; os responsáveis por cada peça inscrita deverão estar ao lado dos Organizadores no sentido de esclarecer e suportar qualquer demanda acerca da posterior utilização do material inscrito pela organização do Festival.
5. O ônus de toda natureza será dos responsáveis por cada peça inscrita, no caso de qualquer ação legal acerca do material submetido ao evento.
6. Os ganhadores dos Prêmios GRAND PRIX, bem como WAVE OURO, PRATA ou BRONZE em qualquer uma das categorias que compõem o WAVE FESTIVAL, poderão divulgar suas conquistas para fins promocionais ou de imprensa.
7. O descumprimento de qualquer regra expressa nos regulamentos do WAVE FESTIVAL resultará na automática desqualificação da peça inscrita.
8. Para todos os fins, ao longo de todos os processos e regras relativas ao WAVE FESTIVAL, as decisões tomadas pelos Organizadores serão mandatórias, finais e definitivas, não cabendo a elas a imputação de qualquer tipo de recurso.

## 6. Materiais e formatos

1. É extremamente recomendável que se utilize um vídeo explicativo. Este vídeo será usado tanto para os jurados compreenderem o trabalho quanto para apresentação no coquetel de Premiação.
2. Diferentemente dos anos anteriores, não enviar PRANCHA FÍSICA DE APRESENTAÇÃO.
3. As imagens digitais serão utilizadas para julgamento e exibição/divulgação do vencedor no evento e possível matéria e/ou anúncio referente ao Festival.
4. Embalagens, displays e demais materiais que necessitem de manuseio para melhor avaliação do júri, deverão ser enviados com etiqueta de identificação para:  
Meio & Mensagem – Setor de Eventos  
Rua Catequese, 227 – 5º andar  
Butantã – São Paulo/SP  
Brasil - CEP: 05502-020

Material	Formato
Áudio:	Até 3 minutos: .MP3 com sampling rate de 44.1 kHz, estéreo com até 10 MB por arquivo.
Vídeo:	Até 3 minutos: .MOV ou .MP4, entre 60MB e 120MB por arquivo. <i>É recomendável que o formato seja 16:9 wide screen.</i>
Imagem digital	.JPEG ou .PDF: 300DPI, CMYK, com até 15MB por arquivo.
Board de apresentação	Apresentação Digital do case, contendo imagens e texto. Texto com no máximo 100 palavras, no formato .JPEG ou .PDF, CMYK, com até 15MB por arquivo.

## 7. Julgamento

---

1. Um júri internacional especializado julgará as peças.
2. O shortlist é definido por categoria e nele serão classificadas as peças que, através de um sistema digital de votação e apuração, tenham sido as mais bem avaliadas.
3. Em uma segunda fase, em discussão aberta, os jurados apuram as peças merecedoras dos WAVE OURO, PRATA, BRONZE e GRAND PRIX.
4. Em qualquer das fases, o jurado que represente a agência responsável pela inscrição, ou que tenha algum envolvimento com a peça que esteja sendo avaliada não tem permissão de voto. A decisão do Júri será sempre considerada definitiva e soberana.
5. Os trabalhos do festival, independente se inscritos no formato peças individuais ou campanhas serão avaliadas pelo júri como parte da mesma categoria (Digital, Industry Craft, Film, Film Craft, Outdoor, Print & Publishing e Radio & Audio).

## 8. Premiação

---

1. Um único GRAND PRIX pode ser escolhido por categoria de acordo com a decisão do júri, porém não é obrigatório.
2. Um prêmio WAVE OURO, PRATA e BRONZE pode ser concedido em cada subcategoria, porém não é obrigatório.
3. Não há subcategorias no Blue Wave e nem ouro, prata e bronze. Será outorgado apenas 1 (um) prêmio nessa categoria.
4. Cada prêmio será atribuído à empresa responsável pela inscrição da peça que receberá um troféu.
5. A entrega dos troféus será feita aos ganhadores durante o coquetel de premiação que se realizará em 23 de maio de 2018, às 19 horas no Hotel Grand Hyatt, Rio de Janeiro – RJ, Brasil. Aos que não estiverem presentes o mesmo será enviado via correio.
6. O Prêmio AGÊNCIA DO ANO será atribuído à agência de comunicação que obtiver a melhor votação em todo o WAVE FESTIVAL. Para ser elegível nesta premiação, a agência deverá obrigatoriamente ter sido premiada em pelo menos três das categorias existentes. A contagem de pontos para essa premiação incluirá os prêmios recebidos por cada agência e também as peças que conseguiu fazer constar no Shortlist. Os critérios de desempate são o maior número de GRAND PRIX e, em seguida, o maior número de WAVE OURO, PRATA E BRONZE, nessa ordem. Finalmente, o maior número de peças constantes no Shortlist.

Os índices para AGÊNCIA DO ANO serão calculados segundo o número de pontos para cada item abaixo:

- BLUE WAVE – 35 pontos
- GRAND PRIX – 30 pontos
- WAVE OURO – 15 pontos
- WAVE PRATA – 7 pontos
- WAVE BRONZE – 3 pontos
- SHORTLIST – 1 ponto para cada peça

7. Será premiada HOLDING DO ANO, seguindo os mesmos critérios de pontuação de AGÊNCIA DO ANO.

## 9. Cancelamentos

---

1. As inscrições não poderão ser canceladas após a confirmação de envio.
2. Agências que decidam retirar alguma peça de julgamento, poderão fazê-lo desde que até o encerramento das inscrições em **7 de maio de 2018**; neste caso, será gerado um crédito que poderá ser utilizado na próxima edição do Wave Festival.

## 10. Contato

---

Para mais informações, contate os organizadores em [eventos@grupomm.com.br](mailto:eventos@grupomm.com.br).

# 11.1. Blue Wave

Esta categoria é a celebração da grande ideia.

Pode ser uma única peça, pode ser off-line, pode ser online, pode ser uma campanha integrada. Mas acima de tudo tem que ser uma grande ideia. Uma ideia revolucionária, que aponte uma nova direção. Uma ideia que inspire e que rompa paradigmas, que inove e que eleve a qualidade criativa do nosso mercado. E não importa formatos, tipo de negócio, mercado ou mesmo tipo de mídia utilizada.

A. Blue Wave	Materials
<p><b>A01. Blue Wave</b> Premia uma grande ideia. Uma ideia revolucionária, que aponte uma nova direção, que rompa paradigmas, que inove e eleve a qualidade criativa do mercado.</p>	<p><b>Obrigatório:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li></ul> <p><b>Opcional:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Video case explicativo</li><li>• URL</li></ul> <p><b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.</p>

## 11.2. Brand Experience & Activation

A categoria Brand Experience & Activation celebra a criatividade através do uso de design de experiência, ativação, imersão, varejo e engajamento de clientes em 360°.

<b>A. Brand Experience &amp; Activation: Sectors</b> A mesma inscrição pode ser apresentada apenas uma vez nesta seção.	<b>Materiais</b>
<b>A01. Food</b> Todos os alimentos.	<p><b>Obrigatório:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul> <p><b>Opcional:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <p><b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.</p>
<b>A02. Drink</b> Todas as bebidas.	
<b>A03. Other FMCG</b> Beleza, produtos de limpeza, outros bens de consumo, outros FMCG (Fast-moving consumer goods).	
<b>A04. Healthcare</b> Pharma, medicamentos OTC, bem-estar.	
<b>A05. Consumer Durables</b> Tecnologia, homewares, móveis e iluminação, brinquedos, moda, eletrodomésticos, outros bens duráveis.	
<b>A06. Automotive</b> Automóvel e outros veículos.	
<b>A07. Retail</b> Varejo, comércio eletrônico, restaurantes, fast food.	
<b>A08. Travel</b> Viagens, turismo, transporte.	
<b>A09. Leisure</b> Eventos ao vivo, museus e galerias, jogos, esportes, jogos de azar, outras atividades recreativas.	
<b>A10. Media / Entertainment</b> Música, cinema, televisão, publicações e mídia, livros, notícias, plataformas digitais, outras mídias.	
<b>A11. B2B</b> Legais, financeiros, tecnologia B2B, consultorias e serviços profissionais, outros serviços de negócios, comunicação interna e corporativas.	
<b>A12. Telecommunications</b> Telecomunicações	
<b>A13. Financial &amp; Other Consumer Services</b> Financeira e seguros, educação privada, veterinária, energia, outros serviços para o consumidor.	
<b>A14. Corporate Social Responsibility (CSR) / Corporate Image</b> Campanhas de responsabilidade social destinadas a abordar questões sociais, éticas e ambientais. Campanhas de imagem corporativa, incluindo patrocínio de eventos para construir a imagem /elevar o perfil /moldar as percepções de uma marca.	
<b>A15. Not-for-profit / Charity</b> Governo, informação pública, militar, instituições de caridade, sem fins lucrativos.	

B. Touchpoints & Technology	Materiais
<b>B01. Social Engagement &amp; Integration for Live Experience</b> As inscrições nesta categoria devem demonstrar como a mídia social foi integrada para melhorar uma experiência ou ativação ao vivo.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul>
<b>B02. Use of Mobile &amp; Devices</b> As inscrições nesta categoria devem descrever como um aplicativo móvel, dispositivo portátil ou a tecnologia móvel cria ou reforça a interação com os clientes em uma experiência de marca ou ativação.	<b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vídeo case explicativo</li> </ul>
<b>B03. Use of other technology</b> Aplicação criativa de outras formas de tecnologia para criar uma experiência de marca. Incluindo, mas não limitado a AR, VR, realidade virtual, instalações digitais, touchpoint, interactive vídeo, etc.	<b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.

C. Retail Experience & Activation	Materiais
<b>C01. Retail Experience &amp; Activation</b> Ações de marketing promocional em ambientes internos de lojas e áreas de venda, material promocional de ponto de venda, desenho de ambientes de venda e espaços promocionais. Inclui merchandising no ponto de venda, formatos criativos de samplings e experimentação de produtos e lançamentos.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.

D. Excellence in Brand Experience	Materiais
<b>D01. Live Brand Experience or Activation</b> Qualquer experiência de marca ao vivo ou de ativação que foi realizada em um evento (b2b ou b2c). Incluindo instalações, demonstrações de produtos, barracas e pop-ups, shows e exposições.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul>
<b>D02. Brand-owned Experiences</b> Qualquer experiência de marca ao vivo, evento ou ativação, onde a marca específica é a única exibida. Incluindo instalações permanentes, pop-ups que não são parte de um evento maior e festivais de música/concertos brand-owned.	<b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vídeo case explicativo</li> </ul>
<b>D03. Sponsorship &amp; Brand Partnership</b> Esta categoria reconhece parcerias/patrocínios que criam experiências de marca imediatas e de longo prazo ou ativações.	<b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.

# 11.3. Branded Content & Entertainment

A categoria Branded Content & Entertainment celebra a criatividade de narrativas de marcas que conseguiram transferir os seus valores e propósitos para um conteúdo com alto poder de relevância, envolvimento e engajamento da audiência.

A. Audiovisual	Materiais
<b>A01. Cinema &amp; Theatrical: Fiction Film</b> Filme ou série de ficção, criada para distribuição ou exibição em cinemas.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>A02. Cinema &amp; Theatrical: Non-fiction Film</b> Filme ou série sem roteiro ou documentário, criado para distribuição ou exibição em cinemas.	
<b>A03. TV &amp; VOD: Fiction</b> Filme ou série de ficção, criada para plataforma de televisão ou vídeo sob demanda.	
<b>A04. TV &amp; VOD: Non-fiction</b> Filme ou série sem roteiro ou documentário, criado para plataforma de televisão ou vídeo sob demanda.	
<b>A05. Online: Fiction</b> Filme ou série de ficção, criada para plataforma on-line, como sites de empresas e mídias sociais (exceto VOD).	
<b>A06. Online: Non-fiction</b> Filme ou série sem roteiro ou documentário, criado para plataforma on-line, como sites de empresas e mídias sociais (exceto VOD).	
<b>A07. VR, AR &amp; Mixed Reality</b> Filme ou série de ficção, ou documentário, criado para plataformas de imersão e/ou interação incluindo VR e Ar.	
<b>A08. Live Broadcast / Live Streaming</b> Cinema, TV ou conteúdo ao vivo on-line, incluindo cobertura em tempo real de eventos e uso de plataformas de transmissão ao vivo.	
<b>A09. Audio Content</b> Conteúdo criado para rádio, podcasts ou outras plataformas de áudio.	
<b>A10. Excellence in Brand Integration &amp; Sponsorships / Partnerships for Branded Content</b> Integração de marcas em conteúdos existentes, como filmes, séries e programas de TV ou rádio, bem como parcerias e patrocínios estratégicos e criativos para branded content.	
<b>A11. Excellence in Audience Engagement or Distribution Strategy for Branded Content</b> Estratégia de distribuição e engajamento do público para promover o alcance do conteúdo.	

B. Branded Games	Materiais
<p><b>B01.Branded Games</b>            Jogos e iniciativas de gamificação que comunicam uma marca, produto ou artista. Podendo ser online ou não, para mobile, para consoles, jogos com VR ou AR, etc.</p>	<p><b>Obrigatório:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul> <p><b>Opcional:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <p><b>Atenção:</b>            Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.</p>

C. Sports	Materiais
<p><b>C01.Sports</b>            Iniciativas que utilizam entretenimento esportivo para ampliar a mensagem de uma marca.</p>	<p><b>Obrigatório:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul> <p><b>Opcional:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <p><b>Atenção:</b>            Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.</p>

D. Talent	Materiais
<p><b>D01.Talent</b>            Campanhas que associam uma personalidade ou especialista de grande influência para ampliar a mensagem de uma marca.</p>	<p><b>Obrigatório:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul> <p><b>Opcional:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <p><b>Atenção:</b>            Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.</p>

E. Live Experience	Materiais
<p><b>E01.Live Experience</b></p> <p>Posicionamento criativo de uma marca através de eventos ou instalações. O foco deve ser na experiência para as pessoas presentes (ao invés da experiência de assistir uma versão filmada).</p>	<p><b>Obrigatório:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul> <p><b>Opcional:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <p><b>Atenção:</b></p> <p>Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.</p>

F. Innovation	Materiais
<p><b>F01.Innovation in Branded Content &amp; Entertainment</b></p> <p>Premia ideias inovadoras para as marcas nessa categoria. Podendo ser soluções tecnológicas ou não. Uma tecnologia revolucionária que promova um avanço criativo ou uma solução não exatamente tecnológica, mas que também promoveu uma nova abordagem criativa. Uma ideia inovadora que permitiu que a marca se comunicasse com seus consumidores de uma maneira não usual.</p>	<p><b>Obrigatório:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul> <p><b>Opcional:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <p><b>Atenção:</b></p> <p>Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.</p>

# 11.4. Design

A categoria Design celebra a criatividade de trabalhos em que o design foi usado para definir a marca ou comunicar suas mensagens centrais ou trabalhos em que uma identidade visual única leva a compreensão do consumidor.

A. Brand & Communication	Materiais
<p><b>A01. Brand Identity</b> Criação de uma nova marca ou atualização de uma marca existente ou identidade corporativa para qualquer produto, serviço ou organização.</p>	<p><b>Obrigatório:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul> <p><b>Opcional:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vídeo case explicativo</li> </ul> <p><b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.</p>
<p><b>A02. Posters</b> A inscrição será avaliada pelo design do cartaz para o uso de promoção e/ou comunicação da marca. O item deve ter sido criado como um cartaz, não um conceito concebido para um outro meio e aplicada a um formato de cartaz.</p>	
<p><b>A03. Promotional Printed Media</b> Incluindo mas não limitado a calendários, convites, cartões postais, bilhetes e cumprimento sazonal cartões dentro de mídia de impressão.</p>	
<p><b>A04. Publications &amp; Editorial Design</b> Incluindo mas não limitado a livros, revistas, jornais, folhetos, artigos. <b>Publicações online devem ser inseridas no item B01 - Digital &amp; Interactive Design.</b></p>	
<p><b>A05. Data Visualisation</b> Ilustração de dados complexos que comunicam informações de forma clara e eficiente através de vários meios, tanto digitais e não-digitais.</p>	
<p><b>A06. Brand Collateral</b> Coleção de mídia usada para promover a marca e apoiar as vendas e marketing de um produto ou serviço. Incluindo mas não limitado a kits de mídia, papel timbrado, cartões de visita, etc.</p>	
<p><b>A07. Promotional Item Design</b> Incluindo mas não limitado a roupas, amostras promocionais, acessórios de marketing de guerrilha, itens promocionais e mercadorias de marca.</p>	

B. Digital & Interactive Design	Materiais
<p><b>B01. Digital &amp; Interactive Design</b> Incluindo mas não limitado a design digital (sites, microsites, publicações online, instalações digitais, aplicativos de visualização de dados, UX, UI, etc.); peças que estimulam o engajamento de mídia social através do design e instalações e eventos com foco no uso de mídia digital e tecnologia</p>	<p><b>Obrigatório:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> <li>URL</li> </ul> <p><b>Opcional:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vídeo case explicativo</li> </ul> <p><b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.</p>

<b>C. Brand Environment &amp; Experience Design</b> As categorias de Brand Environment & Experience Design estão focadas na experiência pessoal com a história da marca ou mensagem contada no espaço e no tempo.	<b>Materiais</b>
<b>C01. Retail Environment &amp; Experience Design</b> Design de um novo espaço de varejo ou reformulação de um existente. Pode incluir qualquer tipo de espaço permanente de varejo, como departamento e lojas especializadas, bancos, salões de beleza etc. As inscrições serão avaliadas sobre a funcionalidade em relação ao produto ou serviço, experiência do cliente e facilidade de venda.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>C02. Point of Sale, Consumer Touchpoints &amp; In-store Collateral</b> Comunicação para o ponto de venda, com o intuito de impulsionar vendas imediatas, inclui cartaz, comunicação de gôndola, visual merchandising, exposição de produtos, equipamentos de varejo, sacos de compras, papel de embrulho, catálogos, etc. <b>As inscrições devem apresentar o trabalho dentro do ambiente de venda.</b>	
<b>C03. Spatial &amp; Sculptural Installation and Experience</b> Design de uma construção ou espaço disruptivo de varejo temporário, como lojas pop-up, unidades de demonstração móveis, etc. As inscrições serão avaliadas sobre a funcionalidade em relação ao produto ou serviço, experiência do cliente e facilidade de venda. <b>Espaços não-comerciais devem ser inscritos no item C05. Non-commercial Exhibitions &amp; Experiences.</b>	
<b>C04. Live Events</b> As inscrições deverão ter foco na narrativa e elementos de storytelling de um evento, e não no espaço em si. Os elementos avaliados incluem programa, o conteúdo do filme, som, luzes, convidados, roteiro, desempenho, anfitriões e uso de produto, os quais desempenham um papel na jornada holística do evento.	
<b>C05. Non-commercial Exhibitions &amp; Experiences</b> Exposições temporárias e permanentes, experiências com intuito não-comercial, inclusive em espaços públicos. As inscrições serão avaliadas pelo aprimoramento do espaço dentro do domínio público e em como o espaço foi utilizado para melhorar a experiência do participante.	

<b>D. Packaging</b> Design de embalagens. <b>Sugerimos enviar amostra física.</b>	<b>Materiais</b>
<b>D01. Food</b> Todos os tipos de embalagens para alimentos, incluindo embalagens específicas para lojas de varejo.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>D02. Drinks</b> Todos os tipos de embalagens para bebidas, incluindo embalagens específicas para lojas de varejo.	
<b>D03. Other FMCG</b> Beleza, produtos de limpeza, outros bens de consumo, outros FMCG (Fast-moving consumer goods).	
<b>D04. Healthcare</b> Pharma, medicamentos OTC, bem-estar.	
<b>D05. Consumer Durables</b> Tecnologia, homewares, móveis e iluminação, brinquedos, moda, eletrodomésticos, outros bens duráveis.	
<b>D06. Sustainable Packaging</b> Todos os tipos de embalagens que otimizam recursos e energia, de forma responsável.	
<b>D07. Special Editions &amp; Promotional Packaging</b> Embalagens promocionais ou de edição especial, que foram utilizadas por um período de tempo limitado ou restrita a uma quantidade específica de produtos.	

E. Product Design	Materiais
<p data-bbox="124 197 437 226">Sugerimos enviar amostra física.</p> <p data-bbox="124 241 376 271"><b>E01. Product Design</b></p> <p data-bbox="124 277 1054 333">Produtos criados por marcas e para marcas como soluções criativas de comunicação e experiências com os consumidores.</p>	<p data-bbox="1161 277 1299 306"><b>Obrigatório:</b></p> <ul data-bbox="1161 313 1485 394" style="list-style-type: none"><li data-bbox="1161 313 1485 394">• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li></ul> <p data-bbox="1161 445 1270 474"><b>Opcional:</b></p> <ul data-bbox="1161 481 1449 510" style="list-style-type: none"><li data-bbox="1161 481 1449 510">• Vídeo case explicativo</li></ul> <p data-bbox="1161 555 1262 584"><b>Atenção:</b></p> <p data-bbox="1161 591 1506 647">Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.</p>

# 11.5. Digital

A categoria Digital celebra a criatividade dentro do ambiente digital.

<b>A. Digital: Sectors</b> A mesma inscrição pode ser apresentada apenas uma vez nesta seção.	<b>Materiais</b>
<b>A01. Food</b> Todos os alimentos.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>A02. Drink</b> Todas as bebidas.	
<b>A03. Other FMCG</b> Beleza, produtos de limpeza, outros bens de consumo, outros FMCG (Fast-moving consumer goods).	
<b>A04. Healthcare</b> Pharma, medicamentos OTC, bem-estar.	
<b>A05. Consumer Durables</b> Tecnologia, homewares, móveis e iluminação, brinquedos, moda, eletrodomésticos, outros bens duráveis.	
<b>A06. Automotive</b> Automóvel e outros veículos.	
<b>A07. Retail</b> Varejo, comércio eletrônico, restaurantes, fast food.	
<b>A08. Travel</b> Viagens, turismo, transporte.	
<b>A09. Leisure</b> Eventos ao vivo, museus e galerias, jogos, esportes, jogos de azar, outras atividades recreativas.	
<b>A10. Media / Entertainment</b> Música, cinema, televisão, publicações e mídia, livros, notícias, plataformas digitais, outras mídias.	
<b>A11. B2B</b> Legais, financeiros, tecnologia B2B, consultorias e serviços profissionais, outros serviços de negócios, comunicação interna e corporativas.	
<b>A12. Telecommunications</b> Telecomunicações	
<b>A13. Financial &amp; Other Consumer Services</b> Financeira e seguros, educação privada, veterinária, energia, outros serviços para o consumidor.	
<b>A14. Corporate Social Responsibility (CSR) / Corporate Image</b> Campanhas de responsabilidade social destinadas a abordar questões sociais, éticas e ambientais. Campanhas de imagem corporativa, incluindo patrocínio de eventos para construir a imagem /elevar o perfil /moldar as percepções de uma marca.	
<b>A15. Not-for-profit / Charity</b> Governo, informação pública, militar, instituições de caridade, sem fins lucrativos.	

<b>B. Web platforms</b> Nesta categoria, as inscrições serão julgadas especificamente sobre quão bem o meio digital ou plataforma social, foi utilizada para realizar uma ação.	<b>Materiais</b>
<b>B01. Use of Web Platforms</b> Plataformas online ou tecnologias associadas aproveitando um ambiente digital em uma campanha. Isso pode incluir, mas não se limita a sites, microsites, buscadores, banners ads e mensagens instantâneas.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li><li>• URL</li></ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Vídeo case explicativo</li></ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.

## 11.6. Digital Craft

A categoria Digital Craft celebra a criatividade tecnológica. As inscrições deverão demonstrar forma e função excepcional em um contexto digital.

<b>A. Form</b> O júri irá avaliar o valor estético criativo geral do trabalho inserido em som e em imagens.	<b>Materiais</b>
<b>A01. UI</b> A jornada interativa criada através da transferência de ativos visuais de uma marca para um produto ou serviço digital; com foco particular na consistência da apresentação, aparência, sensação e interação.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>A02. Digital Illustration</b> Aplicação criativa de ilustração dentro de um contexto digital, incluindo modelagem 3D.	
<b>A03. Vídeo / Moving Image</b> Uso criativo de vídeos online e imagens digitais (holograma, AR, VR, etc.) dentro de um produto digital.	
<b>A04. Motion Graphics Design &amp; Animation</b> Uso criativo do Motion Graphics Design & Animation dentro de um contexto digital.	
<b>A05. Music / Sound Design</b> Uso criativo de música e/ou design de som, incluindo áudio branding, parceria de música e marca e campanhas iniciadas por música, etc.	
<b>A06. Digital Image Design</b> Uso criativo de imagens estáticas, incluindo fotografia, arte, manipulação de imagem.	
<b>A07. Overall Aesthetic Design</b> A composição estética geral e fluidez do design gráfico.	

<b>B. Function</b> O júri irá avaliar o uso e/ou propósito do design criativo, operação e desempenho.	<b>Materiais</b>
<b>B01. UX &amp; Journey Design</b> Prática de design focada na resposta emocional e comportamental a um produto ou serviço digital. O resultado de uma experiência de usuário relevante e consistente em todos os pontos de interação, com especial atenção no suporte geral, estrutura e usabilidade.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> <li>URL</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>B02. Native &amp; Built-in Feature Integration</b> O uso criativo de recursos integrados e existentes de um dispositivo móvel, desktop ou outro dispositivo digital, incluindo câmeras, microfones, telas sensíveis ao toque, Bluetooth, sensores móveis, GPS etc.	
<b>B03. Experience Design: Multi-platform</b> Experiências e eventos digitais imersivos de grande ou pequena escala que são criados para engajar e fortalecer relacionamentos com o consumidor. Isso pode incluir, mas não está limitado a VR, AR, instalações, cadeiras de movimento, multi-tela e experiências multidimensionais.	

<b>C. Content</b> O júri irá avaliar o uso criativo do conteúdo, alocação e entrega da mensagem em um contexto digital.	<b>Materiais</b>
<b>C01. Rich Media</b> Uso criativo de publicidade digital interativa que utiliza tecnologia avançada para aumentar o engajamento.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> <li>• URL</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>C02. Cross-channel Storytelling</b> Criação de conteúdo digital multiplataforma que desenvolve ou incorpora uma identidade de marca. Idéias e/ou histórias bem-sucedidas que utilizam várias plataformas e dispositivos digitais para continuar e ampliar o envolvimento dos consumidores. Isso pode incluir, mas não está limitado a tecnologia de desktop, móvel, usável, instalações externas, outdoors, experiências de varejo etc.	

<b>D. Data</b> O júri irá avaliar como os dados são apresentados ou utilizados para melhorar a experiência da marca.	<b>Materiais</b>
<b>D01. Curation of Data</b> O rastreamento criativo e/ou a coleta de dados pessoais e big data para melhorar a experiência de usuário, design e conteúdo de forma significativa. Incluindo, mas não limitado a interface não tradicional, captura de dados ativo/passivo do usuário, monitoramento e análise de redes sociais, GPS, internet das coisas, biometria, etc.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> <li>• URL</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>D02. Data Storytelling</b> O uso criativo de curadoria on-line ou móvel de dados/insights, a fim de direcionar, se envolver ou desenvolver um relacionamento significativo com um público ou comunidade específica.	
<b>D03. Data Visualisation</b> Representação visual criativa e apresentação de dados e insights digitais.	

<b>E. Technology</b> O júri irá avaliar a tecnologia aplicada como uma plataforma para conteúdo digital criativo e como é executado para aprimorar a experiência do usuário.	<b>Materiais</b>
<b>E01. AR, VR &amp; Mixed Reality</b> Aplicação criativa de Realidade Aumentada, Realidade Virtual e Realidade Mista. Incluindo, entre outros, sistemas imersivos, mapeamento de vídeo e telepresença.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> <li>• URL</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>E02. Innovative Use of Technology</b> O uso inovador de uma nova ou existente tecnologia digital, a fim de melhorar a experiência do usuário e/ou a comunicação da marca.	
<b>E03. Technological Achievement in Digital Craft</b> Trabalhos criativos digitais que utilizam tecnologia existente ou nova para alcançar níveis de realização sem precedentes e, por sua vez, contribuir para o progresso das comunicações digitais.	
<b>E04. 360° Videos</b> Criatividade no uso e aplicação de vídeo de 360°. Incluindo, mas não limitado a fotografia 360° ou simulações digitais exploráveis.	
<b>E05. Advanced Learning Technologies</b> Aplicações criativas e tecnologia inteligente. Isso pode incluir, mas não está limitado a inteligência artificial, bots, assistente de voz pessoal etc.	

## 11.7. Direct

A categoria Direct celebra a criatividade impulsionada pela resposta e criação de relacionamento.

<b>A. Direct: Sectors</b> A mesma inscrição pode ser apresentada apenas uma vez nesta seção.	<b>Materiais</b>
<b>A01. Food</b> Todos os alimentos.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>A02. Drink</b> Todas as bebidas.	
<b>A03. Other FMCG</b> Beleza, produtos de limpeza, outros bens de consumo, outros FMCG (Fast-moving consumer goods).	
<b>A04. Healthcare</b> Pharma, medicamentos OTC, bem-estar.	
<b>A05. Consumer Durables</b> Tecnologia, homewares, móveis e iluminação, brinquedos, moda, eletrodomésticos, outros bens duráveis.	
<b>A06. Automotive</b> Automóvel e outros veículos.	
<b>A07. Retail</b> Varejo, comércio eletrônico, restaurantes, fast food.	
<b>A08. Travel</b> Viagens, turismo, transporte.	
<b>A09. Leisure</b> Eventos ao vivo, museus e galerias, jogos, esportes, jogos de azar, outras atividades recreativas.	
<b>A10. Media / Entertainment</b> Música, cinema, televisão, publicações e mídia, livros, notícias, plataformas digitais, outras mídias.	
<b>A11. B2B</b> Legais, financeiros, tecnologia B2B, consultorias e serviços profissionais, outros serviços de negócios, comunicação interna e corporativas.	
<b>A12. Telecommunications</b> Telecomunicações	
<b>A13. Financial &amp; Other Consumer Services</b> Financeira e seguros, educação privada, veterinária, energia, outros serviços para o consumidor.	
<b>A14. Corporate Social Responsibility (CSR) / Corporate Image</b> Campanhas de responsabilidade social destinadas a abordar questões sociais, éticas e ambientais. Campanhas de imagem corporativa, incluindo patrocínio de eventos para construir a imagem /elevar o perfil /moldar as percepções de uma marca.	
<b>A15. Not-for-profit / Charity</b> Governo, informação pública, militar, instituições de caridade, sem fins lucrativos.	

<b>B. Channels</b> Trabalhos nessas categorias serão julgados especificamente sobre como o canal escolhido foi utilizado como uma peça de comunicação direta para uma marca.	<b>Materiais</b>
<b>B01. Mailing</b> Uso de mailings. Isso pode incluir cartões, convites, amostras, pop-ups e todos os outros tipos de materiais enviados por mala direta. <i>Aconselhamos enviar amostras físicas para o júri.</i>	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos. <b>(Opcional)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vídeo case</li> </ul>
<b>B02. Use of Ambient Media: Small Scale</b> Materiais impressos, incluindo itens para bares e restaurantes e todos os outros materiais hand-held (ou de tamanho equivalente). <i>'Pequena Escala' refere-se ao tamanho físico do item, não a escala da distribuição.</i>	
<b>B03. Use of Ambient Media: Large Scale</b> Mídias não tradicionais, equipamentos de rua, eventos de resposta direta, mídia exterior e outros meios que estimulem a interação direta. <i>'Larga Escala' refere-se ao tamanho físico do item, não a escala da distribuição.</i>	
<b>B04. Use of Broadcast</b> Campanhas diretas usando Cinema, TV ou rádio.	
<b>B05. Use of Print / Outdoor</b> Campanhas diretas usando impressão ou OOH padrão, incluindo, mas não limitado a jornais, revistas, encartes, outdoor ou poster tradicional, abrigos de ônibus, etc.	
<b>B06. Use of Technology</b> Uso de tecnologia existente ou nova para executar ou apoiar uma campanha direta. Incluindo, mas não limitada a instalações digitais, telas interativas, realidade aumentada, mundos virtuais, impressão 3D e tecnologia wearable.	

<b>C. Data</b>	<b>Materiais</b>
<b>C01. Data</b> Trabalhos nestas categorias devem demonstrar como uma campanha direta foi aumentada ou impulsionada pelo uso criativo de dados.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos. <b>(Opcional)</b> Vídeo case

<b>D. Digital &amp; Social</b> Nestas categorias, as inscrições serão julgadas especificamente sobre quão bem o meio digital ou plataforma social, foi utilizada para realizar uma ação direta.	<b>Materiais</b>
<b>D01. Use of Digital Platforms</b> Plataformas online ou tecnologias associadas aproveitando um ambiente digital em uma campanha promocional. Isso pode incluir, mas não se limita a, sites, microsites, jogos, buscadores, banners ads e mensagens instantâneas.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> <li>• URL</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>D02. Use of Mobile</b> Inscrições nesta categoria devem apresentar uma comunicação dirigida com um call to action ou mecanismo de resposta entregue através de dispositivos móveis/portáteis, como celulares e outros dispositivos móveis.	
<b>D03. Use of Social Platforms</b> Campanhas de marketing direto que utilizam redes sociais, blogs, sites de compartilhamento de vídeo, etc. para criar e/ou reforçar as relações com a comunidade/consumidores.	
<b>D04. Real-time Response</b> Ação em tempo real, projetada para responder e se envolver em conversas em torno de eventos mundiais, assuntos públicos e outras atividades em tempo real, de forma criativa e significativa.	
<b>D05. Co-creation &amp; User Generated Content</b> Ação projetada para se envolver com uma comunidade/ base de fãs e encorajá-los a contribuir ou colaborar com uma iniciativa de marca através de um call to action claro.	

<b>E. Innovation</b>	<b>Materiais</b>
<b>E01. Innovation in Direct</b> Premia ideias inovadoras para as marcas nessa categoria. Podendo ser soluções tecnológicas ou não. Uma tecnologia revolucionária que promova um avanço criativo ou uma solução não exatamente tecnológica, mas que também promoveu uma nova abordagem criativa. Uma ideia inovadora que permitiu que a marca se comunicasse com seus consumidores de uma maneira não usual.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> <li>• URL</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.

## 11.8. Film

A categoria Film celebra a criatividade da imagem em movimento. As inscrições terão de demonstrar storytelling marca brilhante destinado a uma tela. Ou seja, o conteúdo filmado criado para TV, cinema, on-line e experiências out-of-home.

<b>A. TV/ Cinema Film: Sectors</b> Filmes feitos para TV ou cinema. A mesma inscrição pode ser apresentada apenas uma vez nesta seção.	<b>Materiais</b>
<b>A01. Food</b> Todos os alimentos.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Filme</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>A02. Drink</b> Todas as bebidas.	
<b>A03. Other FMCG</b> Beleza, produtos de limpeza, outros bens de consumo, outros FMCG (Fast-moving consumer goods).	
<b>A04. Healthcare</b> Pharma, medicamentos OTC, bem-estar.	
<b>A05. Consumer Durables</b> Tecnologia, homewares, móveis e iluminação, brinquedos, moda, eletrodomésticos, outros bens duráveis.	
<b>A06. Automotive</b> Automóvel e outros veículos.	
<b>A07. Retail</b> Varejo, comércio eletrônico, restaurantes, fast food.	
<b>A08. Travel</b> Viagens, turismo, transporte.	
<b>A09. Leisure</b> Eventos ao vivo, museus e galerias, jogos, esportes, jogos de azar, outras atividades recreativas.	
<b>A10. Media / Entertainment</b> Música, cinema, televisão, publicações e mídia, livros, notícias, plataformas digitais, outras mídias.	
<b>A11. B2B</b> Legais, financeiros, tecnologia B2B, consultorias e serviços profissionais, outros serviços de negócios, comunicação interna e corporativas.	
<b>A12. Telecommunications</b> Telecomunicações	
<b>A13. Financial &amp; Other Consumer Services</b> Financeira e seguros, educação privada, veterinária, energia, outros serviços para o consumidor.	
<b>A14. Corporate Social Responsibility (CSR) / Corporate Image</b> Campanhas de responsabilidade social destinadas a abordar questões sociais, éticas e ambientais. Campanhas de imagem corporativa, incluindo patrocínio de eventos para construir a imagem /elevar o perfil /moldar as percepções de uma marca.	
<b>A15. Not-for-profit / Charity</b> Governo, informação pública, militar, instituições de caridade, sem fins lucrativos.	

<b>B. Filmes On-line: Sectors</b> Filmes que foram ao ar online. A mesma inscrição pode ser apresentada apenas uma vez nesta seção.	<b>Materiais</b>
<b>B01. Food</b> Todos os alimentos.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Filme</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> <li>• URL</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>B02. Drink</b> Todas as bebidas.	
<b>B03. Other FMCG</b> Beleza, produtos de limpeza, outros bens de consumo, outros FMCG (Fast-moving consumer goods).	
<b>B04. Healthcare</b> Pharma, medicamentos OTC, bem-estar.	
<b>B05. Consumer Durables</b> Tecnologia, homewares, móveis e iluminação, brinquedos, moda, eletrodomésticos, outros bens duráveis.	
<b>B06. Automotive</b> Automóvel e outros veículos.	
<b>B07. Retail</b> Varejo, comércio eletrônico, restaurantes, fast food.	
<b>B08. Travel</b> Viagens, turismo, transporte.	
<b>B09. Leisure</b> Eventos ao vivo, museus e galerias, jogos, esportes, jogos de azar, outras atividades recreativas.	
<b>B10. Media / Entertainment</b> Música, cinema, televisão, publicações e mídia, livros, notícias, plataformas digitais, outras mídias.	
<b>B11. B2B</b> Legais, financeiros, tecnologia B2B, consultorias e serviços profissionais, outros serviços de negócios, comunicação interna e corporativas.	
<b>B12. Telecommunications</b> Telecomunicações	
<b>B13. Financial &amp; Other Consumer Services</b> Financeira e seguros, educação privada, veterinária, energia, outros serviços para o consumidor.	
<b>B14. Corporate Social Responsibility (CSR) / Corporate Image</b> Campanhas de responsabilidade social destinadas a abordar questões sociais, éticas e ambientais. Campanhas de imagem corporativa, incluindo patrocínio de eventos para construir a imagem /elevar o perfil /moldar as percepções de uma marca.	
<b>B15. Not-for-profit / Charity</b> Governo, informação pública, militar, instituições de caridade, sem fins lucrativos.	

C. Viral Film	Materiais
<p><b>C01. Viral Film</b> Filmes criados com a intenção primária de ser compartilhado.</p>	<p><b>Obrigatório:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Filme</li> </ul> <p><b>Opcional:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> <li>• URL</li> </ul> <p><b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.</p>

D. Screens & Events	Materiais
<p>Filmes exibido em telas que não sejam TV, cinema ou internet.</p> <p><b>D01. Screens &amp; Events</b> Filmes exibidos em eventos públicos e privados (loais esportivos, festivais, exposições, feiras, premiações, seminários, apresentações internas).</p>	<p><b>Obrigatório:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Filme</li> </ul> <p><b>Opcional:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <p><b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.</p>
<p><b>D02. Micro-film</b> Filmes curtos, incluindo aqueles feitos para plataformas online como o Facebook, Snapchat, Instagram etc. <b>Todos os filmes devem ser de 60 segundos ou menos.</b></p>	
<p><b>D03. 360° &amp; VR Film</b> Vídeo com conteúdo criado para imersão e/ou interação. As inscrições podem incluir live action 360 ° ou explorar simulações digitais.</p>	

E. Innovation	Materiais
<p><b>E01. Innovation in Film</b> Premia ideias inovadoras para as marcas nessa categoria. Podendo ser soluções tecnológicas ou não. Uma tecnologia revolucionária que promova um avanço criativo ou uma solução não exatamente tecnológica, mas que também promoveu uma nova abordagem criativa. Uma ideia inovadora que permitiu que a marca se comunicasse com seus consumidores de uma maneira não usual.</p>	<p><b>Obrigatório:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Filme</li> </ul> <p><b>Opcional:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> <li>• URL</li> </ul> <p><b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.</p>

## 11.9. Film Craft

A categoria Film Craft celebra a arte na tela. As inscrições deverão demonstrar uma produção de filme excepcional. Ou seja, trabalhos em que a habilidade técnica e a proeza na produção elevaram uma ideia ou melhoraram drasticamente sua execução.

A. Film Craft	Materiais
<p><b>A01. Direction</b></p> <p>A inscrição será avaliada pela tradução do resumo criativo através da visão de um diretor e do alcance dessa visão. Isso incluirá a forma como os elementos de produção (incluindo casting, design de set, design de som e cinematografia) foram utilizados para trazer a visão à vida.</p>	<p><b>Obrigatório:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Filme</li> <li>• Resumo do case (deve ser inserido na ficha de inscrição)</li> </ul> <p><b>Opcional:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <p><b>Atenção:</b></p> <p>Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.</p>
<p><b>A02. Script</b></p> <p>Roteiro do filme, como está escrito. A análise do script incluirá diálogo, voice-overs, configuração de cenas, movimento, ações e expressões. O júri irá analisar como o script entrega a ideia criativa e suporta a execução final.</p> <p><b>Obrigatório fornecer o roteiro traduzido para o inglês na ficha de inscrição.</b></p>	
<p><b>A03. Casting</b></p> <p>Esta categoria inclui a seleção de pré-produção de atores, dançarinos, cantores, modelos, animais, etc.</p> <p><b>Na ficha de inscrição você deverá fornecer informações do processo de casting e qualquer informação significativa sobre a seleção de elenco.</b></p>	
<p><b>A04. Production Design / Art Direction</b></p> <p>Estética de design de projeto/ direção de arte. Isto inclui cenografia, assim como a aparência geral e atmosfera da peça. O júri irá avaliar como os componentes visuais aprimoraram a narrativa.</p>	
<p><b>A05. Cinematography</b></p> <p>A qualidade e o efeito da cinematografia. O estilo, escolhas artísticas, trabalho de câmera, técnicas cinematográficas, composição de cena, iluminação e outros efeitos serão considerados.</p>	
<p><b>A06. Editing</b></p> <p>O sucesso técnico e criativo da edição. Todos os aspectos da edição do filme serão considerados, incluindo sincronismo, ritmo, dinâmica visual, dinâmica de diálogo, a integração de som e narrativa em geral.</p>	
<p><b>A07. Use of Original, licensed or adapted Music/ Sound Design.</b></p> <p>O Uso de música original, licenciada ou adaptada ou uso criativo de design de som. Será considerada a qualidade criativa da trilha, junto com a sua contribuição para o filme como um todo.</p>	
<p><b>A08. Animation</b></p> <p>O uso de animação em filme. Todos os tipos de animação, incluindo stop-motion, gráfica, de silhueta e animação por computador em 2D ou 3D serão aceitos.</p> <p><b>Você deverá fornecer informações de apoio para dar ao júri uma compreensão clara dos métodos de animação utilizados no processo de produção.</b></p>	
<p><b>A09. Visual Effects</b></p> <p>Efeitos visuais. O júri irá considerar a excelência estética e técnica dos efeitos em si, juntamente com o sucesso da sua integração em cenas reais.</p> <p><b>Você deverá fornecer informações de apoio para dar ao júri uma compreensão clara dos efeitos visuais criados no processo de produção.</b></p>	
<p><b>A10. Innovation in Production</b></p> <p>Premia ideias inovadoras. Podendo ser soluções tecnológicas ou não. Uma tecnologia revolucionária que promova um avanço criativo ou uma solução não exatamente tecnológica, mas que também promoveu uma nova abordagem criativa.</p>	

## 11.10. Industry Craft

A categoria Industry Craft celebra a arte criativa, o talento e as habilidades necessárias para oferecer uma solução maravilhosamente executada e levar uma ideia criativa à vida. As inscrições devem demonstrar os mais altos níveis de experiência e visão na aplicação de técnicas criativas.

A. Typography	Materiais
A01. Brand & Communications Design	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
A02. Packaging Design	
A03. Print & Publishing	
A04. Outdoor	

B. Art Direction	Materiais
B01. Brand & Communications Design	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
B02. Packaging Design	
B03. Print & Publishing	
B04. Outdoor	

C. Illustration	Materiais
C01. Brand & Communications Design	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
C02. Packaging Design	
C03. Print & Publishing	
C04. Outdoor	

D. Photography	Materiais
D01. Brand & Communications Design	<p><b>Obrigatório:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul> <p><b>Opcional:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <p><b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.</p>
D02. Print & Publishing	
D03. Outdoor	

E. Copywriting	Materiais
E01. Brand & Communications Design	<p><b>Obrigatório:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul> <p><b>Opcional:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <p><b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.</p>
E02. Packaging Design	
E03. Print & Publishing	
E04. Outdoor	

# 11.11. Media

A categoria Media celebra o contexto da criatividade. As inscrições precisarão demonstrar uma implementação inspiradora e inovadora de ideias. Ou seja, trabalho aprimorado e ampliado por uma estratégia de canal que altera o jogo.

<b>A. Media: Sectors</b> A mesma inscrição pode ser apresentada apenas uma vez nesta seção.	<b>Materiais</b>
<b>A01. Food</b> Todos os alimentos.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>A02. Drink</b> Todas as bebidas.	
<b>A03. Other FMCG</b> Beleza, produtos de limpeza, outros bens de consumo, outros FMCG (Fast-moving consumer goods).	
<b>A04. Healthcare</b> Pharma, medicamentos OTC, bem-estar.	
<b>A05. Consumer Durables</b> Tecnologia, homewares, móveis e iluminação, brinquedos, moda, eletrodomésticos, outros bens duráveis.	
<b>A06. Automotive</b> Automóvel e outros veículos.	
<b>A07. Retail</b> Varejo, comércio eletrônico, restaurantes, fast food.	
<b>A08. Travel</b> Viagens, turismo, transporte.	
<b>A09. Leisure</b> Eventos ao vivo, museus e galerias, jogos, esportes, jogos de azar, outras atividades recreativas.	
<b>A10. Media / Entertainment</b> Música, cinema, televisão, publicações e mídia, livros, notícias, plataformas digitais, outras mídias.	
<b>A11. B2B</b> Legais, financeiros, tecnologia B2B, consultorias e serviços profissionais, outros serviços de negócios, comunicação interna e corporativas.	
<b>A12. Telecommunications</b> Telecomunicações	
<b>A13. Financial &amp; Other Consumer Services</b> Financeira e seguros, educação privada, veterinária, energia, outros serviços para o consumidor.	
<b>A14. Corporate Social Responsibility (CSR) / Corporate Image</b> Campanhas de responsabilidade social destinadas a abordar questões sociais, éticas e ambientais. Campanhas de imagem corporativa, incluindo patrocínio de eventos para construir a imagem /elevar o perfil /moldar as percepções de uma marca.	
<b>A15. Not-for-profit / Charity</b> Governo, informação pública, militar, instituições de caridade, sem fins lucrativos.	

<b>B. Channels</b> O trabalho nessas categorias será avaliado especificamente em criatividade e inovação dentro de um canal como um meio, independentemente do produto/serviço anunciado.	<b>Materiais</b>
<b>B01. Use of TV &amp; Other Screens</b> Incluindo TV, plataformas de video-on-demand (VOD) e outros provedores de serviços on-line. As telas que não sejam TV podem incluir, mas não estão limitadas a telas que requerem interação com o consumidor, telas e displays sensíveis ao toque.	<p><b>Obrigatório:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul> <p><b>Opcional:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vídeo case explicativo</li> </ul> <p><b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.</p>
<b>B02. Use of Audio Platforms</b> Incluindo rádio, podcasts e outras tecnologias de áudio.	
<b>B03. Use of Print / Outdoor</b> Incluindo, mas não limitado a jornais, revistas, encartes, publicações, painéis de outdoor e cartazes (no tamanho padrão), abrigos de ônibus, relógios de rua, etc.	
<b>B04. Use of Ambient Media</b> Incluindo itens para bares e restaurantes e os outros itens handheld (ou equivalente em tamanho). Painéis de outdoor não tradicionais (incluindo 3D), catracas, sinalização, outdoors digitais, adesivos de janelas, bandeiras de aviões e outras execuções que utilizam um espaço ou uma característica permanente existente.	
<b>B05. Use of Events &amp; Stunts</b> Incluindo shows ao vivo, festivais, concertos, eventos esportivos, patrocínio de evento, marketing de guerrilha, eventos experienciais, etc.	
<b>B06. Use of Digital Platforms</b> Plataformas on-line, tecnologias associadas ou aproveitamento de um ambiente digital em uma campanha de mídia. Estes podem incluir, mas não estão limitados a sites, microsites, jogos, buscadores, banners e mensagens instantâneas.	
<b>B07. Use of Mobile</b> Tecnologia móvel, incluindo smartphones, tablets, Bluetooth, SMS, MMS, WAP, GPS, jogos e aplicativos móveis, etc.	
<b>B08. Use of Social Platforms</b> Campanhas de mídia que usam sites de redes sociais, blogs, wikis, sites de compartilhamento de vídeos, etc. para criar e/ou melhorar as relações com os consumidores. <b>Os trabalhos inscritos nessa categoria devem ser planejados e executados em plataformas sociais em oposição a campanhas que se tornaram sociais.</b>	
<b>B09. Use of Technology</b> Uso de tecnologia nova ou existente para executar ou suportar uma campanha de mídia. Incluindo, mas não limitado a inteligência artificial, realidade virtual aumentada, robótica, gadgets, etc. Não inclui protótipos de tecnologia inicial.	

<b>C. Data</b>	<b>Materiais</b>
<b>C01. Data</b> Trabalhos nestas categorias devem demonstrar como uma campanha foi aumentada ou impulsionada pelo uso criativo de dados.	<p><b>Obrigatório:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul> <p><b>Opcional:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vídeo case explicativo</li> </ul> <p><b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.</p>

D. Innovation	Materiais
<p><b>D01. Innovation in Media</b></p> <p>Premia ideias inovadoras para as marcas nessa categoria. Podendo ser soluções tecnológicas ou não. Uma tecnologia revolucionária que promova um avanço criativo ou uma solução não exatamente tecnológica, mas que também promoveu uma nova abordagem criativa. Uma ideia inovadora que permitiu que a marca se comunicasse com seus consumidores de uma maneira não usual.</p>	<p><b>Obrigatório:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li><li>• URL</li></ul> <p><b>Opcional:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Vídeo case explicativo</li></ul> <p><b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.</p>

# 11.12. Mobile

A categoria Mobile celebra a criatividade impulsionada pelo dispositivo móvel. As inscrições precisarão demonstrar desempenho em plataformas portáteis. Ou seja, trabalhos onde um ambiente mobile é parte integrante da ideia e permite aspectos-chave da execução.

<b>A. Technology</b> Aplicação criativa da tecnologia móvel para enriquecer uma marca, produto ou serviço.	<b>Materiais</b>
<b>A01. Activation by Location</b> Uso de tecnologias de geolocalização e/ou proximidade para ativar uma campanha ou experiência mobile. Isso pode incluir, mas não está limitado a: GPS e outras tecnologias de macro escala, Bluetooth 4 - 30ft, NFC, RFID, soluções de pagamento de m-Commerce, Bluetooth, notificações push, iBeacon, etc.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> <li>• URL</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>A02. AR, VR &amp; 360° videos</b> Uso de AR, VR ou vídeos 360°, com conteúdo criado para imersão e/ou interação do usuário, incluindo QR code, códigos de barras, etc.	
<b>A03. Networked / Connected Devices</b> Trabalhos entre dispositivos que utilizam pelo menos um dispositivo conectado a um telefone celular, incluindo, mas não limitado a wearables, dispositivos esportivos, relógios inteligentes, objetos domésticos e telas (incluindo telas de cinema, smart TV's e outdoors digitais).	
<b>A04. Wearable Technology</b> Aplicações nativas para plataformas wearable que alavanquem os atributos exclusivos da plataforma em que estão. O software concebido para uma marca (aplicativo ou plataforma) será julgado aqui.	
<b>A05. Data / Insight</b> O uso criativo de dados pessoais para chegar a soluções móveis criativas a fim de orientar, envolver ou desenvolver um relacionamento significativo com um público ou comunidade específica.	
<b>A06. Use of Advanced Learning Technologies</b> Aplicações criativas de tecnologia inteligente, o que pode incluir, mas não se limita a inteligência artificial, bots, assistente pessoal de voz etc.	

<b>B. Mobile Websites</b>	<b>Materiais</b>
<b>B01. Mobile Websites</b> Todos os sites móveis específicos para plataformas portáteis (mobile e tablet), incluindo sites de ações individuais e sites criados como parte de uma campanha mais ampla ligada a uma marca. <b>Realce as características da interface que a tornam exclusivamente mobile.</b>	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> <li>• URL</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.

<b>C. Social</b> Ações ou campanhas mobile-first com pessoas ou pensamento social no cerne.	<b>Materiais</b>
<b>C01. Content for User Engagement</b> Ação utilizando vídeo, streaming de vídeo, compartilhamento de fotos, imagens, gifs ou outro conteúdo destinado a envolver, entreter, construir, manter ou ampliar a afinidade com a marca através de uma comunidade social on-line.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> <li>URL</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>C02. Real-time response</b> Ação em tempo real, projetada para responder e se envolver em conversas em torno de eventos mundiais, assuntos públicos e outras atividades em tempo real, de forma criativa e significativa.	
<b>C03. Co-creation &amp; User Generated Content</b> Ação projetada para se envolver com uma comunidade/ base de fãs e encorajá-los a contribuir ou colaborar com uma iniciativa de marca.	
<b>C04. Targeted Communication</b> Ação personalizada para grupos ou indivíduos com base em comportamento, interesses, amizades, geolocalização etc. As percepções da audiência, a customização da mensagem, a sua relevância e sua execução criativa serão todos considerados.	
<b>C05. Social Trends</b> Apropriação de comportamento social popular e atual ou cultural (incluindo emojis, memes, hashtags, GIFs etc.), a fim de alavancar a comunicação da marca com o público ou comunidade.	
<b>C06. Influencer / Talent</b> Ações que utilizam uma personalidade ou especialista de grande influência para se relacionar com o público-alvo.	
<b>C07. Social Business &amp; Commerce</b> Ação criativa que utiliza o poder de uma comunidade online para impactar os objetivos de negócios e/ou melhorar o relacionamento com uma marca, comunidade ou consumidor.	
<b>C08. Social Purpose</b> Ação de caridade, sem fins lucrativos, e iniciativas com finalidade social concebidas para dispositivos móveis.	

<b>D. Apps, Games &amp; Rich Media</b> Qualquer aplicativo específico para celular ou tablet (nativo, híbrido, baseado na web ou pré-instalado), que pode ser acessado via web ou baixado de lojas de aplicativos.	<b>Materiais</b>
<b>D01. Rich Media</b> Banners mobile, interstitials e outras rich medias concebidas para um celular, smartphone, tablet ou qualquer outro dispositivo móvel.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> <li>URL</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>D02. Games</b> Jogos concebidos para uma marca para ser utilizado em um telefone celular, tablet, Smart TV ou qualquer outro dispositivo móvel.	
<b>D03. Utility Apps</b> Aplicativos móveis concebidos para uma marca que se concentram em melhorar o dia a dia. Conveniência, usabilidade e sua solução para um problema serão todos levados em consideração.	
<b>D04. Brand-led Mobile Apps</b> Todos os produtos ou aplicativos concebidos para uma marca.	
<b>D05. Charity &amp; Non-profit led Mobile Apps</b> Todos aplicativos desenvolvidos para instituições de caridade ou sem fins lucrativos.	

E. Innovation	Materiais
<p><b>E01. Innovation in Mobile</b></p> <p>Premia ideias inovadoras para as marcas nessa categoria. Podendo ser soluções tecnológicas ou não. Uma tecnologia revolucionária que promova um avanço criativo ou uma solução não exatamente tecnológica, mas que também promoveu uma nova abordagem criativa. Uma ideia inovadora que permitiu que a marca se comunicasse com seus consumidores de uma maneira não usual.</p>	<p><b>Obrigatório:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li><li>• URL</li></ul> <p><b>Opcional:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Vídeo case explicativo</li></ul> <p><b>Atenção:</b></p> <p>Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.</p>

# 11.13. Outdoor

A categoria outdoor celebra a criatividade out of home. As inscrições terão de demonstrar ideias que acontecem no campo. Ou seja, o trabalho que aproveita espaços públicos para transmitir uma mensagem ou inserir os consumidores em uma experiência de marca.

<b>A. Billboards: Sectors</b> Outdoor clássico e painéis digitais estáticos feitos para espaços de outdoor padrão (maiores que 120x180 cm), incluindo estradas e rodovias. A mesma inscrição pode ser apresentada apenas uma vez nesta seção.	<b>Materiais</b>
<b>A01. Food</b> Todos os alimentos.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Imagem Digital da peça</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>A02. Drink</b> Todas as bebidas.	
<b>A03. Other FMCG</b> Beleza, produtos de limpeza, outros bens de consumo, outros FMCG (Fast-moving consumer goods).	
<b>A04. Healthcare</b> Pharma, medicamentos OTC, bem-estar.	
<b>A05. Consumer Durables</b> Tecnologia, homewares, móveis e iluminação, brinquedos, moda, eletrodomésticos, outros bens duráveis.	
<b>A06. Automotive</b> Automóvel e outros veículos.	
<b>A07. Retail</b> Varejo, comércio eletrônico, restaurantes, fast food.	
<b>A08. Travel</b> Viagens, turismo, transporte.	
<b>A09. Leisure</b> Eventos ao vivo, museus e galerias, jogos, esportes, jogos de azar, outras atividades recreativas.	
<b>A10. Media / Entertainment</b> Música, cinema, televisão, publicações e mídia, livros, notícias, plataformas digitais, outras mídias.	
<b>A11. B2B</b> Legais, financeiros, tecnologia B2B, consultorias e serviços profissionais, outros serviços de negócios, comunicação interna e corporativas.	
<b>A12. Telecommunications</b> Telecomunicações	
<b>A13. Financial &amp; Other Consumer Services</b> Financeira e seguros, educação privada, veterinária, energia, outros serviços para o consumidor.	
<b>A14. Corporate Social Responsibility (CSR) / Corporate Image</b> Campanhas de responsabilidade social destinadas a abordar questões sociais, éticas e ambientais. Campanhas de imagem corporativa, incluindo patrocínio de eventos para construir a imagem /elevar o perfil /moldar as percepções de uma marca.	
<b>A15. Not-for-profit / Charity</b> Governo, informação pública, militar, instituições de caridade, sem fins lucrativos.	

<b>B. Posters: Sectors</b> Poster clássico e painéis digitais estáticos feitos para pequenos espaços (menores que 120x180 cm), como supermercados, shoppings, aeroportos, elevadores, metrô, etc. A mesma inscrição pode ser apresentada apenas uma vez nesta seção.	<b>Materiais</b>
<b>B01. Food</b> Todos os alimentos.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Imagem Digital da peça</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>B02. Drink</b> Todas as bebidas.	
<b>B03. Other FMCG</b> Beleza, produtos de limpeza, outros bens de consumo, outros FMCG (Fast-moving consumer goods).	
<b>B04. Healthcare</b> Pharma, medicamentos OTC, bem-estar.	
<b>B05. Consumer Durables</b> Tecnologia, homewares, móveis e iluminação, brinquedos, moda, eletrodomésticos, outros bens duráveis.	
<b>B06. Automotive</b> Automóvel e outros veículos.	
<b>B07. Retail</b> Varejo, comércio eletrônico, restaurantes, fast food.	
<b>B08. Travel</b> Viagens, turismo, transporte.	
<b>B09. Leisure</b> Eventos ao vivo, museus e galerias, jogos, esportes, jogos de azar, outras atividades recreativas.	
<b>B10. Media / Entertainment</b> Música, cinema, televisão, publicações e mídia, livros, notícias, plataformas digitais, outras mídias.	
<b>B11. B2B</b> Legais, financeiros, tecnologia B2B, consultorias e serviços profissionais, outros serviços de negócios, comunicação interna e corporativas.	
<b>B12. Telecommunications</b> Telecomunicações	
<b>B13. Financial &amp; Other Consumer Services</b> Financeira e seguros, educação privada, veterinária, energia, outros serviços para o consumidor.	
<b>B14. Corporate Social Responsibility (CSR) / Corporate Image</b> Campanhas de responsabilidade social destinadas a abordar questões sociais, éticas e ambientais. Campanhas de imagem corporativa, incluindo patrocínio de eventos para construir a imagem /elevar o perfil /moldar as percepções de uma marca.	
<b>B15. Not-for-profit / Charity</b> Governo, informação pública, militar, instituições de caridade, sem fins lucrativos.	

<b>C. Digital Screens</b> Digital out of home (DOOH) envolvendo o uso de telas digitais não-estáticas para transmitir uma mensagem.	<b>Materiais</b>
<b>C01. Digital Screens</b> Telas com imagem em movimento, interativa ou dinâmica (DOOH que utiliza dados personalizados ou conteúdo atualizado em tempo real).	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Board de apresentação do case.</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.

<b>D. Ambient</b> Publicidade OOH em formato livre que aproveita o uso de espaços públicos e objetos.	<b>Materiais</b>
<b>D01. Ambient</b> Displays, adesivos, folhetos, sinalização ambiente, porta-chaves, balões, miniaturas, lojas pop-up, construções, 3D, adaptações ao ar livre (incluindo exteriores de edifícios), mobiliário urbano, hologramas, 360°, realidade virtual, adesivação de veículos e transportes, etc.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Imagem digital da peça.</li> <li>• Board de apresentação do case (este deve ser inserido em material explicativo).</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.

<b>E. Innovation</b>	<b>Materiais</b>
<b>E01. Innovation in Outdoor</b> Premia ideias inovadoras para as marcas nessa categoria. Podendo ser soluções tecnológicas ou não. Uma tecnologia revolucionária que promova um avanço criativo ou uma solução não exatamente tecnológica, mas que também promoveu uma nova abordagem criativa. Uma ideia inovadora que permitiu que a marca se comunicasse com seus consumidores de uma maneira não usual.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Board de apresentação do case.</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.

# 11.14. PR

A categoria PR celebra a criatividade que cultiva relações com terceiros, utilizando principalmente táticas para gerar earned-media ou canais para influenciar o diálogo público e, finalmente, mudar as percepções e comportamentos de forma a proteger e melhorar a reputação e os negócios de uma organização ou marca com seus públicos-alvo.

<b>A. PR: Sectors</b> A mesma inscrição pode ser apresentada apenas uma vez nesta seção.	<b>Materiais</b>
<b>A01. Food</b> Todos os alimentos.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Board de apresentação, contendo imagem e texto resumindo o briefing, execução e resultados.</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>A02. Drink</b> Todas as bebidas.	
<b>A03. Other FMCG</b> Beleza, produtos de limpeza, outros bens de consumo, outros FMCG (Fast-moving consumer goods).	
<b>A04. Healthcare</b> Pharma, medicamentos OTC, bem-estar.	
<b>A05. Consumer Durables</b> Tecnologia, homewares, móveis e iluminação, brinquedos, moda, eletrodomésticos, outros bens duráveis.	
<b>A06. Automotive</b> Automóvel e outros veículos.	
<b>A07. Retail</b> Varejo, comércio eletrônico, restaurantes, fast food.	
<b>A08. Travel</b> Viagens, turismo, transporte.	
<b>A09. Leisure</b> Eventos ao vivo, museus e galerias, jogos, esportes, jogos de azar, outras atividades recreativas.	
<b>A10. Media / Entertainment</b> Música, cinema, televisão, publicações e mídia, livros, notícias, plataformas digitais, outras mídias.	
<b>A11. B2B</b> Legais, financeiros, tecnologia B2B, consultorias e serviços profissionais, outros serviços de negócios, comunicação interna e corporativas.	
<b>A12. Telecommunications</b> Telecomunicações	
<b>A13. Financial &amp; Other Consumer Services</b> Financeira e seguros, educação privada, veterinária, energia, outros serviços para o consumidor.	
<b>A14. Not-for-profit / Charity</b> Governo, informação pública, militar, instituições de caridade, sem fins lucrativos.	

<b>B. Digital &amp; Social</b> Nestas categorias, as inscrições serão julgadas especificamente sobre quão bem o meio digital ou plataforma social, foi utilizada para apoiar ou executar a campanha PR.	<b>Materiais</b>
<b>B01. Mobile &amp; Apps</b> Campanhas entregues através de dispositivos móveis e tecnologia, incluindo o uso ou a criação de qualquer aplicativo (nativo, híbrido, baseado na web ou pré-instalado) para um dispositivo móvel (Smartphones, tablets, etc.).	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Board de apresentação, contendo imagem e texto resumindo o briefing, execução e resultados.</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vídeo case explicativo</li> <li>URL</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>B02. Social Community Building &amp; Management</b> Ação projetada para construir ou manter uma comunidade online que pode resultar em um aumento de afinidade com a marca e/ou mudança de atitudes entre o público-alvo	
<b>B03. Real-time Response</b> Ação em tempo real, projetada para responder e se envolver em conversas em torno de eventos mundiais, assuntos públicos e outras atividades em tempo real, de forma criativa e significativa.	
<b>B04. Co-creation &amp; User Generated Content</b> Ação projetada para se envolver com uma comunidade/ base de fãs e encorajá-los a contribuir ou colaborar com uma iniciativa de marca.	
<b>B05. Innovative Use of Social Media</b> Utilização criativa e inovadora de uma plataforma social existente.	
<b>B06. Websites &amp; Microsites</b> Sites ou microsites construídos com um propósito específico.	

<b>C. Techniques</b> Nestas categorias as inscrições serão julgadas pela execução criativa da técnica de PR escolhida, a fim de ganhar atenção e alcançar os resultados de campanha desejados.	<b>Materiais</b>
<b>D01. Media Relations</b> PR, que coloca o jornalismo no coração da campanha, com evidências de um alto grau de inovação que pretende envolver, educar ou influenciar o conteúdo editorial.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Board de apresentação, contendo imagem e texto resumindo o briefing, execução e resultados.</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>D02. Use of Events &amp; Stunts</b> Campanhas que utilizam eventos, competições, jogos promocionais, eventos pop-up, arte de rua, marketing de guerrilha, eventos corporativos, festas de lançamento, streaming de eventos ao vivo, festivais etc., para construir o valor e a reputação de uma marca ou projeto de comunicação como parte de uma estratégia mais ampla de relações públicas.	
<b>D03. Use of Celebrity, Influencers &amp; Key Opinion Leaders</b> Campanhas que associam uma personalidade ou especialista de grande influência a um produto/serviço, a fim de atingir objetivos de awareness/negócios e/ou ajudar a estabelecer confiança com o público-alvo.	
<b>D04. Launch / Re-launch</b> Campanhas criadas para lançar ou relançar um produto ou serviço.	
<b>D05. Brand Voice &amp; Strategic Storytelling</b> Estratégia personalizada projetada para comunicar o ponto de vista ou a história da marca/organização de forma consistente e relevante para construir uma conexão emocional com os empregados, acionistas e clientes.	
<b>D06. Content-led Engagement &amp; Marketing</b> Criação e distribuição de ativos de mídia de marca ou empresa, de forma a promover o engajamento, ganhar atenção e contar uma história para promover ou proteger uma empresa ou marca.	

D. Excellence in PR	Materiais
<b>E01. Corporate Image, Communication &amp; Reputation Management</b> Campanhas para trabalhar a imagem e melhorar a percepção de uma marca corporativa, organização ou corporação.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Board de apresentação, contendo imagem e texto resumindo o briefing, execução e resultados.</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>E02. Public Affairs &amp; Lobbying</b> Campanhas planejadas para influenciar ou comunicar políticas públicas através de lobby ou estratégias mais abrangentes de questões públicas, bem como iniciativas políticas ou eleitorais.	
<b>E03. Corporate Social Responsibility</b> Campanhas destinadas a abordar questões sociais, éticas ou ambientais e promover uma mudança positiva.	
<b>E04. Internal Communications &amp; Employee Engagement</b> Comunicações de empresas para colaboradores, incluindo gestão de mudanças.	
<b>E05. Sponsorship &amp; Brand Partnership</b> Campanhas que utilizam programas de patrocínio e/ou parceria, a fim de atingir objetivos de awareness/negócios, bem como para melhorar a imagem de uma marca, organização ou corporação.	

E. Innovation	Materiais
<b>F01. Innovation in PR</b> Premia ideias inovadoras para as marcas nessa categoria. Podendo ser soluções tecnológicas ou não. Uma tecnologia revolucionária que promova um avanço criativo ou uma solução não exatamente tecnológica, mas que também promoveu uma nova abordagem criativa. Uma ideia inovadora que permitiu que a marca se comunicasse com seus consumidores de uma maneira não usual.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Board de apresentação, contendo imagem e texto resumindo o briefing, execução e resultados.</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vídeo case explicativo</li> <li>URL</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.

# 11.15. Print & Publishing

Print & Publishing celebra a criatividade em circulação. As inscrições precisarão demonstrar idéias que saem da página.

<b>A. Print: Sectors</b> A mesma inscrição pode ser apresentada apenas uma vez nesta seção.	<b>Materiais</b>
<b>A01. Food</b> Todos os alimentos.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Imagem digital</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>A02. Drink</b> Todas as bebidas.	
<b>A03. Other FMCG</b> Beleza, produtos de limpeza, outros bens de consumo, outros FMCG (Fast-moving consumer goods).	
<b>A04. Healthcare</b> Pharma, medicamentos OTC, bem-estar.	
<b>A05. Consumer Durables</b> Tecnologia, homewares, móveis e iluminação, brinquedos, moda, eletrodomésticos, outros bens duráveis.	
<b>A06. Automotive</b> Automóvel e outros veículos.	
<b>A07. Retail</b> Varejo, comércio eletrônico, restaurantes, fast food.	
<b>A08. Travel</b> Viagens, turismo, transporte.	
<b>A09. Leisure</b> Eventos ao vivo, museus e galerias, jogos, esportes, jogos de azar, outras atividades recreativas.	
<b>A10. Media / Entertainment</b> Música, cinema, televisão, publicações e mídia, livros, notícias, plataformas digitais, outras mídias.	
<b>A11. B2B</b> Legais, financeiros, tecnologia B2B, consultorias e serviços profissionais, outros serviços de negócios, comunicação interna e corporativas.	
<b>A12. Telecommunications</b> Telecomunicações	
<b>A13. Financial &amp; Other Consumer Services</b> Financeira e seguros, educação privada, veterinária, energia, outros serviços para o consumidor.	
<b>A14. Not-for-profit / Charity</b> Governo, informação pública, militar, instituições de caridade, sem fins lucrativos.	

B. Publications	Materiais
<p><b>B01. Publications</b>            Impressos ou publicações originais, incluindo livros, revistas, capas e publicações digitais.            Sugerimos enviar as amostras físicas para o júri.</p>	<p><b>Obrigatório:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Imagem digital</li> </ul> <p><b>Opcional:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <p><b>Atenção:</b>            Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.</p>

C. Innovation	Materiais
<p><b>C01. Innovation in Print &amp; Publishing</b>            Premia ideias inovadoras para as marcas nessa categoria. Podendo ser soluções tecnológicas ou não. Uma tecnologia revolucionária que promova um avanço criativo ou uma solução não exatamente tecnológica, mas que também promoveu uma nova abordagem criativa. Uma ideia inovadora que permitiu que a marca se comunicasse com seus consumidores de uma maneira não usual.</p>	<p><b>Obrigatório:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul> <p><b>Opcional:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <p><b>Atenção:</b>            Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.</p>

# 11.16. Radio & Audio

A categoria Radio & Audio celebra a criatividade conectada ao som, ou seja, o trabalho que comunica uma mensagem de marca através da excelência de áudio, inovação sonora ou narrativa auditiva superior.

<b>A. Radio &amp; Audio: Sectors</b> <small>A mesma inscrição pode ser apresentada apenas uma vez nesta seção.</small>	<b>Materiais</b>
<b>A01. Food</b> Todos os alimentos.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• MP3 no Idioma Original</li> <li>• PDF com transcrição</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>A02. Drink</b> Todas as bebidas.	
<b>A03. Other FMCG</b> Beleza, produtos de limpeza, outros bens de consumo, outros FMCG (Fast-moving consumer goods).	
<b>A04. Healthcare</b> Pharma, medicamentos OTC, bem-estar.	
<b>A05. Consumer Durables</b> Tecnologia, homewares, móveis e iluminação, brinquedos, moda, eletrodomésticos, outros bens duráveis.	
<b>A06. Automotive</b> Automóvel e outros veículos.	
<b>A07. Retail</b> Varejo, comércio eletrônico, restaurantes, fast food.	
<b>A08. Travel</b> Viagens, turismo, transporte.	
<b>A09. Leisure</b> Eventos ao vivo, museus e galerias, jogos, esportes, jogos de azar, outras atividades recreativas.	
<b>A10. Media / Entertainment</b> Música, cinema, televisão, publicações e mídia, livros, notícias, plataformas digitais, outras mídias.	
<b>A11. B2B</b> Legais, financeiros, tecnologia B2B, consultorias e serviços profissionais, outros serviços de negócios, comunicação interna e corporativas.	
<b>A12. Telecommunications</b> Telecomunicações	
<b>A13. Financial &amp; Other Consumer Services</b> Financeira e seguros, educação privada, veterinária, energia, outros serviços para o consumidor.	
<b>A14. Corporate Social Responsibility (CSR) / Corporate Image</b> Campanhas de responsabilidade social destinadas a abordar questões sociais, éticas e ambientais. Campanhas de imagem corporativa, incluindo patrocínio de eventos para construir a imagem /elevar o perfil /moldar as percepções de uma marca.	
<b>A15. Not-for-profit / Charity</b> Governo, informação pública, militar, instituições de caridade, sem fins lucrativos.	

B. Excellence in Radio & Audio	Materiais
<b>B01. Use of Music</b> Incluindo composição original, gravações licenciados ou adaptados /versões alteradas de uma gravação existente.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• MP3 no Idioma Original</li> <li>• PDF com transcrição</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>B02. Sound Design</b> O processo de especificação, aquisição, manipulação ou a geração de elementos de áudio, incluindo efeitos sonoros, gravações, 'atmos', etc.	
<b>B03. Script</b> Reconhece a capacidade de roteiro para transformar criativamente a ideia ou mensagem da marca em um contexto de áudio que melhora a experiência do ouvinte. <b>Atenção: Deve ser específico para o meio de rádio.</b>	
<b>B04. Casting &amp; Performance</b> Reconhece a entrega geral do roteiro através de performance, onde o desempenho de voz é essencial para o sucesso do spot. Isto pode incluir tom e ritmo, o uso de acentos, representação, etc.	

C. Innovation	Materiais
<b>C01. Innovation in Radio &amp; Audio</b> Premia ideias inovadoras para as marcas nessa categoria. Podendo ser soluções tecnológicas ou não. Uma tecnologia revolucionária que promova um avanço criativo ou uma solução não exatamente tecnológica, mas que também promoveu uma nova abordagem criativa. Uma ideia inovadora que permitiu que a marca se comunicasse com seus consumidores de uma maneira não usual.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• MP3 no Idioma Original</li> <li>• PDF com transcrição</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.

# 11.17. Social & Influencer

A categoria Social & Influencer celebra soluções criativas de social e marketing estratégico utilizando influencers.

<b>A. Social &amp; Influencer: Sectors</b> A mesma inscrição pode ser apresentada apenas uma vez nesta seção.	<b>Materiais</b>
<b>A01. Food</b> Todos os alimentos.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> <li>• URL</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>A02. Drink</b> Todas as bebidas.	
<b>A03. Other FMCG</b> Beleza, produtos de limpeza, outros bens de consumo, outros FMCG (Fast-moving consumer goods).	
<b>A04. Healthcare</b> Pharma, medicamentos OTC, bem-estar.	
<b>A05. Consumer Durables</b> Tecnologia, homewares, móveis e iluminação, brinquedos, moda, eletrodomésticos, outros bens duráveis.	
<b>A06. Automotive</b> Automóvel e outros veículos.	
<b>A07. Retail</b> Varejo, comércio eletrônico, restaurantes, fast food.	
<b>A08. Travel</b> Viagens, turismo, transporte.	
<b>A09. Leisure</b> Eventos ao vivo, museus e galerias, jogos, esportes, jogos de azar, outras atividades recreativas.	
<b>A10. Media / Entertainment</b> Música, cinema, televisão, publicações e mídia, livros, notícias, plataformas digitais, outras mídias.	
<b>A11. B2B</b> Legais, financeiros, tecnologia B2B, consultorias e serviços profissionais, outros serviços de negócios, comunicação interna e corporativas.	
<b>A12. Telecommunications</b> Telecomunicações	
<b>A13. Financial &amp; Other Consumer Services</b> Financeira e seguros, educação privada, veterinária, energia, outros serviços para o consumidor.	
<b>A14. Corporate Social Responsibility (CSR) / Corporate Image</b> Campanhas de responsabilidade social destinadas a abordar questões sociais, éticas e ambientais. Campanhas de imagem corporativa, incluindo patrocínio de eventos para construir a imagem /elevar o perfil /moldar as percepções de uma marca.	
<b>A15. Not-for-profit / Charity</b> Governo, informação pública, militar, instituições de caridade, sem fins lucrativos.	

<b>B. Social Influencer &amp; Content Marketing</b> As inscrições nesta categoria devem demonstrar como uma campanha em mídias sociais foi aprimorada através do uso de um influenciador e da implementação de marketing de conteúdo.	<b>Materiais</b>
<b>B01. Reach &amp; Impact</b> Campanhas para redes sociais lideradas por marcas que atravessam a cultura popular e, como resultado, são reconhecidas/ escolhidas por uma celebridade, embaixadora social ou influenciadora, ampliando ainda mais o alcance e o impacto da campanha. As inscrições aqui serão avaliadas quanto ao impacto que o influenciador teve nos objetivos globais da campanha.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> <li>• Vídeo (apenas para B05)</li> <li>• URL</li> <li>• Números de alcance (Ficha de inscrição)</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>B02. Partnerships</b> Iniciativas ou campanhas de redes sociais onde as marcas se associam a um influenciador para se envolver com uma audiência específica. As inscrições aqui serão avaliadas quanto efetiva e mutuamente benéfica a parceria foi e como os públicos-alvo foram envolvidos de forma convincente.	
<b>B03. Content Creation</b> Conteúdo para redes sociais criado por um influenciador com o objetivo primordial de aumentar o alcance e a consciência de uma marca/organização e/ou gerar resultados comerciais.	
<b>B04. Content Placement</b> Conteúdo e estratégia editorial utilizando as redes sociais. O arranjo estratégico e a curadoria de conteúdos apropriados que podem conduzir ou melhorar uma campanha.	
<b>B05. Social Video</b> Vídeos online criados especificamente para plataformas sociais que se destinam ao compartilhamento generalizado. Os resultados e o número de visualizações serão levados em consideração durante o processo de julgamento.	
<b>B06. Co-creation &amp; User Generated Content</b> Ação desenhada para se envolver com uma comunidade/ base de fãs e encorajá-los a contribuir ou colaborar com uma iniciativa de marca.	
<b>B07. Sponsorship &amp; Brand Partnership</b> Campanhas que utilizam programas de patrocínio e/ou parceria, a fim de atingir objetivos de awareness/negócios, bem como para melhorar a imagem de uma marca, organização ou corporação.	

<b>C. Social Insight &amp; Engagement</b> O trabalho nessas categorias será avaliado pelo o sucesso do método utilizado para se envolver com as comunidades on-line.	<b>Materiais</b>
<b>D01. Community Building &amp; Management</b> Ação projetada para engajar, construir ou manter uma comunidade social online. A atividade de uma comunidade (fãs passivos versus fãs ativos), os níveis de engajamento e a adequação da conversação/comunicação direcionada a usuários ativos/não ativos serão considerados.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> <li>• URL</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.
<b>D02. Audience Targeting / Engagement Strategies</b> Ação personalizada para comunidades, grupos ou indivíduos predefinidos com base em insights sociais, como comportamento, interesses, amizades, localização geográfica, etc. Isso pode incluir, mas não se limita a propaganda nativa e campanhas programáticas. O público, a personalização da mensagem, sua relevância e sua execução criativa serão consideradas.	
<b>D03. Real-time Response</b> Ação que utiliza plataformas sociais para responder a eventos mundiais, assuntos públicos e outras atividades em tempo real, de forma imediata e significativa, que pode provocar compartilhamento e engajamento social.	

<p><b>D04. Social Data &amp; Insight</b> Campanhas sociais elevadas através do uso de dados ou métodos orientados por dados para envolver ou desenvolver uma relação significativa com uma audiência ou comunidade específica. Serão considerados pontos de vista obtidos através da aplicação estratégica de dados/análises sociais.</p>	
<p><b>D05. Social Customer Strategy</b> Ação projetada para melhorar o atendimento ao cliente de uma marca e/ou experiência on-line.</p>	
<p><b>D06. Brand Storytelling</b> Campanhas sociais que usam histórias excepcionais de marca/consumidor para promover o envolvimento significativo com uma audiência específica.</p>	

<b>D. Innovation</b>	<b>Materiais</b>
<p><b>D01. Innovation in Social &amp; Influencer</b> Premia ideias inovadoras para as marcas nessa categoria. Podendo ser soluções tecnológicas ou não. Uma tecnologia revolucionária que promova um avanço criativo ou uma solução não exatamente tecnológica, mas que também promoveu uma nova abordagem criativa. Uma ideia inovadora que permitiu que a marca se comunicasse com seus consumidores de uma maneira não usual.</p>	<p><b>Obrigatório:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> <li>• URL</li> </ul> <p><b>Opcional:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <p><b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.</p>

# 11.18. Social Change

Acreditamos que a propaganda pode e deve ajudar com ideias que melhorem o mundo em que vivemos. A categoria Social Change celebra a criatividade conectada a uma ideia sustentável, de mudança da sociedade ou que levante questões sociais ou ambientais, levando a uma mobilização.

<b>A. Social Change</b> Campanhas de ONGs ou de uma marca de bens de consumo, que façam diferença para algum grupo social.	<b>Materiais</b>
<b>A01.Social Change</b> Premia uma ideia sustentável, mudança na nossa sociedade ou ideia que levante questões sociais ou ambientais, levando a uma mobilização.	<b>Obrigatório:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Board de apresentação com imagem e resumo do case.</li> </ul> <b>Opcional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vídeo case explicativo</li> </ul> <b>Atenção:</b> Especificações técnicas no Item 6. Material e formatos.