

PRÊMIO GRPCOM DE CRIAÇÃO

REGULAMENTO

1. DA ORGANIZAÇÃO

1.1. O concurso **“PRÊMIO GRPCOM DE CRIAÇÃO”**, doravante simplesmente **CONCURSO**, é realizado e organizado pelas sociedades integrantes do **Grupo Paranaense de Comunicação** doravante designadas simplesmente como **GRPCOM**.

2. DO CONCURSO

2.1. O Concurso **“PRÊMIO GRPCOM DE CRIAÇÃO”** tem como objeto a seleção dos melhores materiais publicitários/institucionais (peças ou campanhas de agências de propaganda) veiculadas em um dos veículos do Grupo Paranaense de Comunicação, no período de 29 de agosto de 2015 a 26 de agosto de 2016, conforme as condições e critérios estabelecidos neste Regulamento.

2.2. O **PRÊMIO GRPCOM DE CRIAÇÃO** é composto por 9 (nove) diferentes **PRÊMIOS**:

- 1) PRÊMIO TELEVISÃO CURITIBA**
- 2) PRÊMIO TELEVISÃO REGIONAL**
- 3) PRÊMIO RÁDIO**
- 4) PRÊMIO JORNAL**
- 5) PRÊMIO DIGITAL**
- 6) PRÊMIO RESPONSABILIDADE SOCIAL**
- 7) AGÊNCIA DO ANO**
- 8) PRODUTORA DE VÍDEO**
- 9) PRODUTORA DE ÁUDIO**

2.2.1. PRÊMIO TELEVISÃO CURITIBA: Poderão concorrer a este prêmio materiais veiculados na emissora RPC Curitiba, e criados por agências de propaganda (pessoa jurídica) sediadas (inclusive matriz) no estado do Paraná, cujos espaços de mídia foram contratados (diretamente) através da RPC Curitiba, independentemente do local onde foi a veiculação do mesmo. Ou seja, clientes/agências atendidos diretamente pela equipe comercial da RPC Curitiba.

2.2.2. PRÊMIO TELEVISÃO REGIONAL: Poderão concorrer a este prêmio materiais veiculados nas emissoras RPC Londrina, RPC Maringá, RPC Paranaíba, RPC Foz do Iguaçu, RPC Ponta Grossa, RPC Cascavel e RPC Guarapuava (doravante denominadas REGIONAIS RPC) e criados por agências de propaganda (pessoa jurídica) sediadas (inclusive matriz) no estado do Paraná, cujos espaços de mídia foram contratados (diretamente) através de uma das emissoras citadas acima. Ou seja, clientes/agências atendidos diretamente pela equipe comercial RPC. Os materiais inscritos concorrerão na regional onde foi adquirido o espaço comercial, independentemente do local onde foi a veiculação do mesmo. Cada

agência poderá inscrever mais de um material em cada REGIONAL RPC, sendo vedada a inscrição do mesmo material em mais de uma REGIONAL RPC.

2.2.3. PRÊMIO RÁDIO: Poderão concorrer a este prêmio materiais veiculados nas rádios 98FM, Mundo Livre FM (de Curitiba e de Maringá) criados por agências de propaganda (pessoa jurídica) sediadas em qualquer lugar do Brasil.

2.2.4. PRÊMIO JORNAL: Poderão concorrer a este prêmio materiais veiculados nos jornais Gazeta do Povo e/ou Tribuna, criados por agências de propaganda (pessoa jurídica) sediadas em qualquer lugar do Brasil.

2.2.5. PRÊMIO DIGITAL: Poderão concorrer a este prêmio materiais veiculados nos sites dos veículos Gazeta do Povo, sites da TV Globo, Paraná Online/Tribuna, e nas versões para tablet e/ou mobile da Gazeta do Povo e Paraná Online/Tribuna, 98FM e Mundo Livre FM (Curitiba e Maringá), criados por agências de propaganda (pessoa jurídica) sediadas em qualquer lugar do Brasil. No caso dos sites da TV Globo somente é permitida a participação de materiais cujos espaços de mídia foram contratados (diretamente) através da RPC. Ou seja, clientes/agências atendidos diretamente pela equipe Comercial da RPC e agências de propaganda (pessoa jurídica) sediadas (inclusive matriz) no estado do Paraná.

2.2.6. PRÊMIO RESPONSABILIDADE SOCIAL: Este prêmio tem o objetivo de reconhecer o trabalho voluntário de agências que desenvolvem campanhas de comunicação para entidades do 3.º setor e/ou causas sociais de interesse público. Poderão concorrer a este prêmio materiais que tenham sido veiculados na emissora RPC; nas rádios 98FM e Mundo Livre FM (de Curitiba e de Maringá); nos jornais Gazeta do Povo e Tribuna; e nos sites dos veículos do GRPCOM no período compreendido entre 29 de agosto de 2015 até 26 de agosto de 2016, por meio de cessão gratuita de espaços, dentro da política de publicidade social GRPCOM. Tais materiais devem, obrigatoriamente, ter sido criado por agências de propaganda (pessoa jurídica) sediadas (inclusive matriz) no estado do Paraná. Os materiais devem ter sido desenvolvidos em favor de entidades paranaenses do terceiro setor e/ou causas sociais. Nessa categoria, a premiação prevê ouro, prata e bronze para todos os materiais inscritos na categoria. Ou seja, os materiais de diferentes plataformas concorrem entre si e os vencedores destes prêmios não participarão do Grand Prix.

2.2.7. PRÊMIO AGÊNCIA DO ANO: Ao final das premiações TELEVISÃO CURITIBA, PRÊMIO TELEVISÃO REGIONAL, PRÊMIO RÁDIO, PRÊMIO JORNAL, PRÊMIO DIGITAL e PRÊMIO RESPONSABILIDADE SOCIAL será gerado um ranking com pontuação determinada para cada premiação que determinará a agência do ano, ou seja, a agência com mais premiações no ano de 2016. **IMPORTANTE:** Grand Prix vale 10 pontos, ouro vale 07 pontos, prata vale 05 pontos e bronze vale 03 pontos.

2.2.8. PRÊMIOS PRODUTORA DE VÍDEO E PRODUTORA DE ÁUDIO: Ao final das premiações TELEVISÃO CURITIBA, PRÊMIO TELEVISÃO REGIONAL, PRÊMIO RÁDIO e PRÊMIO RESPONSABILIDADE SOCIAL (peças para TV e Rádio) será gerado um ranking com pontuação determinada para cada premiação que definirá as produtoras vencedoras em cada uma destas categorias, de acordo com as informações fornecidas na ficha técnica das peças vencedoras. **IMPORTANTE:** Grand Prix vale 10 pontos, Ouro vale 07 pontos, Prata vale 05 pontos e Bronze vale 03 pontos.

2.3. Somente poderão concorrer ao **PRÊMIO GRPCOM DE CRIAÇÃO** os materiais com programação de mídia **mínima de:**

- **Prêmio Televisão (Curitiba e Regional):** mínimo de 10 inserções com secundagem múltipla de 15" (ou o equivalente em valor bruto de uma 01 inserção local no Jornal Nacional, de acordo com tabela vigente durante o período de veiculação).
- **Prêmio Rádio:** 50 inserções de 15", 25 inserções de 30", 16 inserções de 45" ou 12 inserções de 60" nas rádios 98FM e Mundo Livre FM (de Curitiba e de Maringá). Importante: se uma peça tiver sido veiculada em mais de uma rádio simultaneamente, a soma das veiculações deve corresponder ao número mínimo de inserções descrito acima.
- **Prêmio Jornal:** 01 inserção no jornal Gazeta do Povo e/ou Tribuna. O material deverá ser inscrito no mesmo formato em que foi veiculado conforme citado no item 4.
- **Prêmio Digital:** Mínimo de 01 diária com 40.000 impressões ou 40.000 impressões no site da Gazeta do Povo, sites da TV Globo, Paraná Online/Tribuna, 98FM e Mundo Livre FM (Curitiba e Maringá). Para *tablet* (Gazeta do Povo), mínimo de 1 anúncio (entrega mensal) de página inteira. Para *mobile* (Gazeta do Povo e Paraná Online/Tribuna), mínimo de 1 diária veiculada. Importante: se uma peça tiver sido veiculada em mais de um site simultaneamente, a soma do volume total veiculado deve corresponder ao número mínimo de inserções descrito acima.

2.4. Fica vedada a apresentação (inclusão) de materiais:

- a) cuja veiculação se deu em espaços cedidos gratuitamente pelos veículos do GRPCOM, exceto Prêmio Responsabilidade Social. E exceto os que possuem Plano de Inserção (PI) sem valor (igual a zero) que esteja vinculada a uma campanha com inserções em outros veículos do grupo (prêmios) que levem a assinatura, ou cuja ideia criativa tenha sido desenvolvida por quaisquer das empresas pertencentes ao GRPCOM ou qualquer outro veículo de comunicação, ou cujo conteúdo faça referências de qualquer espécie a essas empresas, seus produtos, projetos e serviços.
- b) que violem artigo de Lei ou qualquer espécie de norma vigente no Brasil, seja municipal, estadual ou federal;

- c) com conteúdo calunioso, difamatório, injurioso, ofensivo, grosseiro, racista, preconceituoso, discriminatório, de incitação à violência ou a qualquer ilegalidade, ou que desrespeite a privacidade alheia;
- d) de conteúdo obsceno e/ou pornográfico, inclusive de atividades ilegais com menores de 18 anos (segundo o artigo 241 do Estatuto da Criança e do Adolescente, é crime fotografar ou publicar cena de sexo explícito ou pornografia envolvendo criança ou adolescente. A pena varia de um a quatro anos de prisão);
- e) com material protegido por direitos autorais (inclusive textos e imagens sem autorização formal dos respectivos titulares dos direitos); e
- f) de governo e autoridades constituídas quando se tratar de propaganda eleitoral.

2.5. Os materiais inscritos deverão corresponder aos originalmente veiculados, não podendo sofrer nenhuma alteração em sua edição.

2.6. Poderão ser inscritos apenas materiais cujos anunciantes autorizaram (prévia e formalmente) suas participações (dos materiais) neste Concurso, cujas autorizações deverão ser entregues ao GRPCOM - caso sejam por esta solicitada.

2.7. Os materiais deverão estar de acordo com as regulamentações do CONAR (CONSELHO DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA), sob pena de vedação/cancelamento de inscrição e/ou desclassificação.

2.8. É vetada a inscrição de materiais cujo anunciante seja a própria agência de propaganda.

2.9. Com o ato de inscrição os participantes (agências) autorizam de pleno direito, pelo prazo de 05 (cinco) anos a contar da data de lançamento do Concurso, o uso gratuito de seus materiais inscritos e/ou de seus nomes, imagens e/ou depoimentos produzidos para cartazes, filmes ou spots, jingles ou vinhetas, em qualquer tipo de mídia e peças promocionais, impressas ou eletrônicas, para eventual divulgação do Concurso, sem nenhum ônus às empresas integrantes do GRPCOM.

2.10. Não é permitida a participação de qualquer agência cujo(s) titular(es) seja(m) parente(s) até 1º (primeiro) grau de qualquer colaborador das empresas integrantes do GRPCOM e que esteja(m) envolvido(s) de forma direta, ou indireta, com o presente Concurso.

3. DAS INSCRIÇÕES

3.1. As inscrições deverão ser feitas pelos, sem qualquer ônus, pelos representantes legais e/ou procuradores das empresas interessadas, exclusivamente, através do site oficial do prêmio: www.premiogrpcomdecricao.com.br, no período de 1º de agosto a 26 de agosto de 2016.

3.2. Só participarão deste Concurso os materiais devidamente inscritos no site oficial do prêmio no período que compreende às 9h do dia 1º de agosto de 2016 até as 23h59 do dia 26 de agosto de 2016.

3.2.1. O não cumprimento de uma das etapas de inscrição, dentro dos prazos previamente estabelecidos, levará a desclassificação automática do material.

3.2.2 O GRPCOM não se responsabiliza por qualquer instabilidade ou vulnerabilidade que o site possa apresentar nas horas que antecedem o prazo final das inscrições ou ocasionados devido ao alto tráfego de dados.

3.2.3 Em hipótese alguma serão aceitas inscrições por outro meio que não seja o site oficial do Prêmio.

3.3. No formulário de inscrição, o nome da participante (agência) deve corresponder a quem assina o material. As agências participantes deverão se cadastrar nas inscrições que realizar usando o nome fantasia e não a razão social.

3.4. O cadastramento do título original do material na ficha de inscrição continua sendo obrigatório e deve corresponder ao título constante no Pedido de Inserção - P.I. (apresentado) e conseqüentemente ao da claquete no caso dos materiais de televisão e ao dos nomes dos arquivos nos materiais de rádio, jornal e internet.

3.4.1. O cadastro do título original é fundamental para a confirmação através do P.I. do mínimo de inserções exigidas pelo **PRÊMIO**.

3.5. Os materiais poderão concorrer como campanha ou peças individuais. Entende-se por campanha mais de uma peça com mesma linha criativa e que tenha sido exibida no mesmo veículo, sendo que serão aceitas até (no máximo) 03 peças por campanha, as quais não poderão ser inscritas individualmente. Ou seja, não serão aceitas diferentes inscrições de peças isoladas que, por sua abordagem, tema, produto ou aspecto, possam ser julgadas como uma única campanha. Nesse caso, para os prêmios TV Curitiba, TV Regional e Digital, poderão ser inscritos vídeo *cases* da campanha, com duração máxima de 1'30'' ou até 3 peças separadas.

3.5.1. Vídeo case: Entende-se por vídeo case o material que apresente o conceito da campanha, as peças e os resultados obtidos. Nesse caso será permitido apresentar os desdobramentos da campanha exclusivamente do meio/prêmio em que se inscrever. Por exemplo, um vídeo *case* de TV deverá apresentar a campanha e os desdobramentos no meio TV, não sendo permitido citar ou apresentar os desdobramentos em outros veículos de comunicação.

3.5.2. Cada material ou campanha deverá ser inscrito separadamente, ou seja, havendo interesse da agência em inscrever mais de um material (nos termos deste Regulamento), deverá realizar uma inscrição para cada material.

3.6. Nas inscrições dos materiais que concorrerão ao **PRÊMIO TELEVISÃO CURITIBA, PRÊMIO TELEVISÃO REGIONAL, PRÊMIO RÁDIO, PRÊMIO JORNAL e PRÊMIO DIGITAL**

os participantes (agências) deverão informar (*conforme os conteúdos dos materiais*) em qual das categorias abaixo declinadas os materiais se enquadram:

1) Categoria Institucional:

Entende-se por Institucional, materiais com mensagem voltada para a construção da marca e/ou imagem institucional do anunciante, e não que tenham referência específica a produtos e serviços.

2) Categoria Produtos e Serviços:

Comerciais de produtos ou serviços cujo teor da mensagem seja voltado para a divulgação dos mesmos, seus atributos ou benefícios sem que haja citação de vantagens como promoções, preços, liquidações, ofertas e formas de pagamento (linhas de crédito, financiamento, parcelamento etc.)

Também estão inseridos nesta categoria eventos, projetos esportivos e feiras de um modo geral.

3) Categoria Varejo:

Toda e qualquer mensagem de comercialização de produtos ou serviços próprios ou de terceiros com foco na divulgação de vantagens como promoções, preços, liquidações, ofertas e formas de pagamento (linhas de crédito, financiamentos, parcelamentos, etc.).

3.7. Fica estabelecido que qualquer categoria que não apresente, ao final do período de inscrição, o mínimo de 04 materiais concorrentes, poderá ser cancelada, e os materiais nela inscritos não poderão concorrer com os de outra categoria, neste caso as respectivas inscrições serão canceladas.

3.8. Fica estabelecido que caso campanhas ou materiais tenham sido desenvolvidos por uma agência e autorizados por outra agência, tem direito a participar do Prêmio a agência que criou, desde que acordado por escrito com a agência que autorizou o material.

4. ENTREGA DE MATERIAIS

4.1. A entrega dos materiais será aceita apenas nas seguintes condições:

1) Materiais de TV

Fazer o *upload* do arquivo no site durante o ato da inscrição da peça, no formato AVI NTSC, janela mínima 720 x 486, Framerate 29.97

Codec DV AVI ou formato MP4. Os arquivos deverão ser nomeados com o título do material (peça/campanha).

2) Materiais de Jornal

Fazer o *upload* do arquivo no site durante o ato da inscrição da peça, com extensão "JPG" em alta resolução. Fazer o *upload* também da imagem da

página do jornal caso o anúncio tenha algum efeito devido ao seu posicionamento.

Os arquivos deverão ser nomeados com o título do material (peça/campanha).

3) Materiais de Rádio

Fazer o *upload* do arquivo no site durante o ato da inscrição da peça, com extensão “MP3”. Os arquivos deverão ser nomeados com o título do material (peça/campanha).

4) Materiais Digitais

Fazer o *upload* do arquivo no site durante o ato da inscrição da peça, em um dos seguintes formatos: “jpg”, “gif”, “swf “(flash) ou “rich media” (dhtml). Os arquivos deverão ser nomeados com o título do material (peça/campanha). No caso do material ser um *videocase* ele deverá seguir a especificação do material de TV (acima)

4.2. Todo e qualquer material entregue pelos participantes ao GRPCOM deverá ser totalmente isento de qualquer restrição relativa aos direitos autorais, de imagem e conexos, tanto de terceiros quanto dos profissionais envolvidos em seu desenvolvimento.

4.2.1. Em face do acima determinado os participantes de forma inequívoca, irrevogável e irretroatável obrigam-se a assumir o polo passivo de quaisquer demandas judiciais, ou extrajudiciais, por parte de terceiros que tenham por objeto alegadas violações de direitos autorais, conexos ou de imagem.

5. DO JULGAMENTO DAS PEÇAS

5.1 As peças inscritas nas categorias **PRÊMIO TELEVISÃO CURITIBA, TELEVISÃO REGIONAL, RÁDIO, JORNAL, DIGITAL e RESPONSABILIDADE SOCIAL** serão avaliadas pela comissão julgadora levando em conta os seguintes critérios, respeitando-se as características de cada meio de comunicação: ideia criativa, linguagem atualizada e adequada ao público e ao serviço comunicado, foco no que está sendo vendido ou comunicado, roteiro/texto, exposição clara dos benefícios, direção de arte , fotografia e qualidade de imagem/som.

6. DA COMISSÃO JULGADORA

6.1. A Comissão Julgadora é soberana em suas atribuições e será constituída e empossada pelo GRPCOM.

6.2 A Comissão Julgadora será composta de 12 a 25 membros. Os jurados serão divididos de acordo com a organização nas categorias: Prêmio Televisão Curitiba, Prêmio Televisão Regional, Prêmio Jornal, Prêmio Rádio, Prêmio Digital e Prêmio Responsabilidade Social.

6.3. Caso existam materiais concorrendo de autoria de alguns dos profissionais integrantes da Comissão Julgadora, estes ficarão impedidos de votar na categoria em que o material estiver concorrendo.

6.4 A Comissão Julgadora tem total autonomia para decidir se haverá ou não materiais classificados para o primeiro, o segundo e o terceiro lugar de todas as categorias válidas e também se haverá ou não materiais classificados para o Grand Prix, ou seja, eventualmente poderá haver, por exemplo, categoria apenas com um classificado em 2º lugar (prata); outra categoria com nenhum classificado; e outra categoria com classificados em 1º, 2º e 3º lugares, sempre a critério exclusivo da Comissão Julgadora.

6.4.1 Em caso de empate pelo primeiro, segundo e terceiro lugares, haverá uma nova avaliação para desempate realizada pelos jurados da categoria.

6.5 Para o Prêmio TV Regional serão realizadas duas etapas: o pré-julgamento seletivo e o julgamento final juntamente com os demais prêmios.

6.6. Das análises e decisões da Comissão Julgadora não caberá, sob nenhuma hipótese, razão ou circunstância, qualquer espécie de recurso.

7. DA PREMIAÇÃO

7.1. As agências vencedoras do **PRÊMIO TELEVISÃO CURITIBA, TELEVISÃO REGIONAL, RÁDIO, JORNAL, DIGITAL e Responsabilidade Social**, cujos materiais foram classificados em 2º e 3º lugares de cada **CATEGORIA**, serão premiadas com um **“CERTIFICADO DE PREMIAÇÃO (cada)”**.

7.2. As agências vencedoras do **PRÊMIO TELEVISÃO CURITIBA, TELEVISÃO REGIONAL, RÁDIO, JORNAL, DIGITAL e RESPONSABILIDADE SOCIAL**, cujos materiais foram classificados em 1º lugar de cada **CATEGORIA**, serão premiadas com um **“CERTIFICADO DE PREMIAÇÃO”**, com um **“TROFÉU”** (cada) e com visibilidade nos veículos GRPCOM (a critério desta – GRPCOM).

7.3. As agências do **PRÊMIO TELEVISÃO CURITIBA, TELEVISÃO REGIONAL, RÁDIO, JORNAL e DIGITAL**, cujos materiais foram classificados como Grand Prix, serão premiadas com um **“CERTIFICADO DE PREMIAÇÃO”**, com um **“TROFÉU”** (cada) e com visibilidade nos veículos GRPCOM (a critério desta – GRPCOM).

7.4. As produtoras de áudio, vídeo e/ou fotografia dos materiais que foram classificados como Grand Prix serão reconhecidas no evento de premiação com um **“CERTIFICADO DE PREMIAÇÃO”**.

7.5 Todos os premiados nos rankings Agência do Ano, Produtora de Vídeo do Ano, Produtora de Áudio do Ano serão reconhecidos no evento de premiação com um **“CERTIFICADO DE PREMIAÇÃO”** e um **“TROFÉU”** (cada).

7.5. O PRÊMIO RESPONSABILIDADE SOCIAL não contempla a possibilidade de premiação Grand Prix.

7.6. As agências cujos materiais foram eventualmente classificados como **Grand Prix dos prêmios TELEVISÃO CURITIBA, TELEVISÃO REGIONAL, RÁDIO, JORNAL e DIGITAL** serão automaticamente convidadas a apresentarem suas propostas na concorrência da campanha para o Prêmio GRPCOM de Criação 2017 promovida pelo GRPCOM. Para isso, cada agência receberá uma verba de R\$ 3.000,00 para cobrir os custos da sua participação na referida concorrência. A agência vencedora da concorrência será remunerada com 15% do valor bruto de toda a produção de materiais de comunicação da campanha.

7.6.1. Todas as agências interessadas em participar na referida concorrência receberão o briefing da campanha com todas as informações sobre budget, etapas da campanha, prazos, critérios de escolha da campanha vencedora e demais informações que possam ser relevantes.

8. DAS CONDIÇÕES GERAIS

8.1. A participação no presente Concurso implica na inequívoca, irreatável e irrevogável aceitação deste Regulamento.

8.2. O GRPCOM, de forma soberana, detém o direito de encerrar e/ou modificar pontos específicos do presente Concurso em caso de fraude, dificuldade operacional ou qualquer outro fator que possa comprometer a integridade e licitude deste.

8.3. De acordo com decisão soberana do GRPCOM, a participante que descumprir qualquer ponto deste Regulamento, ou sua participação infrinja de forma direta ou indireta a legislação vigente e/ou a moral e os bons costumes, poderá ser imediatamente excluída do Concurso.

8.4. A ocorrência de qualquer outra hipótese de ato ou fato não previsto neste Regulamento será decidida, de forma irrecorrível, pelo próprio GRPCOM.

8.5. Fica eleito o Foro Central da Comarca da Região Metropolitana de Curitiba, Paraná, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para toda e qualquer questão oriunda do presente Regulamento.