

Regulamento do Prêmio SET - 35ª edição

I - Dos trabalhos concorrentes

Art. 1º – Os/as alunos/as precisam estar matriculados em cursos de graduação, durante a realização dos trabalhos, das áreas de Jornalismo, Radialismo e TV, Publicidade e Propaganda, Propaganda e Marketing, Comunicação Empresarial, Relações Públicas, Design ou Cinema e Produção Audiovisual para participarem do Prêmio SET.

Art. 2º – Os trabalhos inscritos no Prêmio SET devem ser desenvolvidos em atividades curriculares, disciplinas, laboratórios e estágios da própria instituição de ensino.

§ único – Os/as alunos/as podem inscrever trabalhos produzidos ou concluídos entre o início do segundo semestre de 2021 e o fim do primeiro semestre de 2022.

II - Das inscrições

Art. 3º – As inscrições no Prêmio SET serão realizadas no site pucrs.br/famecos/set, até 26 de setembro de 2022, e o envio dos trabalhos será por meio digital, no mesmo endereço eletrônico acima, de acordo com instruções específicas para cada categoria. O prazo de inscrição pode ser prorrogado. Se isso ocorrer, a informação oficial será publicizada no Instagram @eusoufamecos e no site do evento.

Art. 4º – As inscrições para o Prêmio SET são isentas do pagamento de taxas.

Art. 5º – O trabalho para o Prêmio SET será inscrito por meio de ficha eletrônica disponível no site puhrs.br/famecos/set, que deverá ser completa e obrigatoriamente preenchida pelo/a autor/a, de acordo com as regras previstas para as informações que devem constar em cada campo. O preenchimento incompleto e/ou incorreto da ficha de inscrição implica na desclassificação do trabalho.

§ 1º – Para ter seu trabalho inscrito, o/a aluno/a deverá preencher uma única vez, adequadamente, a ficha de inscrição que resultará em um número de inscrição para todos os trabalhos.

§ 2º – Cada aluno/a poderá participar com até 10 (dez) trabalhos, mas a inscrição de todos será feita em uma única vez. Caso haja a necessidade de inscrever novos trabalhos em outro momento, eles devem ser cadastrados em nome de um/a colega do grupo.

§ 3º – Os trabalhos de todas as categorias do Prêmio SET serão submetidos ao julgamento por meio de link, para arquivo postado com extensão PDF, em drive virtual (serviço de armazenamento e sincronização de arquivos) de acesso público. Trabalhos que envolvam vídeos, áudios, fotos, mídias sociais, sites e aplicativos, por exemplo, devem indicar no PDF os links para os materiais referidos, que igualmente devem estar disponíveis na internet de forma pública ou não listada. No PDF, podem ser indicados endereços de drives virtuais, como Google Drive, Dropbox e Microsoft OneDrive, e plataformas como YouTube, Mixcloud, SoundCloud, Flickr, Medium, Issuu, Figma ou outra que esteja adequada ao contexto do formato e do trabalho proposto. É aceita também a inserção de links para domínio próprio.

§ 4º – Na ficha de inscrição, o título do trabalho deve ser informado em um campo específico, assim como o link onde está publicado o PDF. Se não for informado o link, o trabalho não será avaliado pelos/as jurados/as; se não for informado o título não será emitido o certificado.

§ 5º – É de responsabilidade do/a aluno/a manter as informações disponíveis para o julgamento.

Art. 6º – Na ficha de inscrição, devem constar o nome completo e o endereço dos/as autores/as do trabalho.

§ único – É de obrigação exclusiva do/a aluno/a que efetuou a inscrição a identificação dos/as colegas com os quais ele/a compartilha a autoria do trabalho, isentando a organização do evento de qualquer responsabilização pela omissão de algum/a autor/a.

Art. 7º – Algumas categorias exigem o fornecimento de informações complementares, que devem ser inseridas no PDF.

§ 1º – Cada categoria tem as suas exigências específicas quanto ao fornecimento destas informações. Todos os trabalhos devem ser em língua portuguesa, ou acompanhados de legenda ou tradução.

§ 2º – O não cumprimento das especificações do Art. 7º acarreta a desclassificação do trabalho. Caso haja a necessidade de atualização na ficha já preenchida, o/a aluno/a deverá entrar em contato com o Laboratório da Escola por meio do e-mail famecos@puhrs.br.

Art. 8º – Ao efetuar a inscrição, os/as autores/as admitem concordar, antecipadamente, com o uso de seus trabalhos em atividades e materiais de divulgação do SET Universitário, sem qualquer pagamento. O crédito da autoria será devidamente feito, conforme os nomes indicados na ficha de inscrição.

Art. 9º – Se o link com o trabalho não estiver ativo, ou em funcionamento, no momento da avaliação pela comissão julgadora, o trabalho não será avaliado.

III – Do julgamento

Art. 10 – O júri de cada uma das categorias será composto por, no mínimo, dois profissionais convidados/as pela comissão organizadora do Prêmio SET.

§ único – Os integrantes do júri não podem ser docentes de cursos de graduação ou pós-graduação de Jornalismo, Radialismo e TV, Publicidade e Propaganda, Comunicação Empresarial, Relações Públicas, Design ou Cinema e Audiovisual.

Art. 11 – Os trabalhos vencedores de cada categoria serão determinados pelo júri, a partir de uma média aritmética das notas atribuídas pelos/as jurados/as, respeitando uma pontuação de 0 (zero) a 10 (dez).

§ 1º – Não haverá premiação para trabalhos que obtiverem média abaixo de 8 (oito). Caso alguma categoria não tenha trabalhos com nota acima de 8 (oito), não haverá ganhadores.

§ 2º – Os critérios de avaliação dos trabalhos são: criatividade, resultados e eficiência.

§ 3º – A Comissão Organizadora do Prêmio SET tem autonomia para resolver os casos omissos no julgamento.

§ 4º – As avaliações não serão comentadas ou divulgadas.

Art. 12 – Para cada trabalho inscrito, bem como para os premiados, será gerado um link de acesso ao certificado, que poderá ser acessado por meio do endereço <https://webappcl.pucrs.br/inscricoes/certificados>.

Art. 13 – Os trabalhos de alunos/as da Famecos, vencedores do Prêmio SET, poderão ser indicados para a Exposição de Produção Experimental (Expocom) regional do ano seguinte.

Art. 14 – É compromisso do/a inscrito/a possuir todos os documentos referentes à autorização para uso de imagem e direito autoral, nas situações em que tais informações são exigidas, cabendo ao/a participante repassar à organização do Prêmio SET quando necessário.

§ único – A organização do Prêmio SET não se responsabiliza por casos de plágio de conteúdo, os quais levarão à desclassificação automática do trabalho quando detectados.

Art. 15 – A divulgação dos vencedores será feita na cerimônia de encerramento, no dia 18 de outubro de 2022, no evento que será divulgado nas mídias sociais da Famecos.

IV – Das categorias concorrentes

Art. 16 – As categorias do Prêmio SET são:

1. Arte Digital

Compreende trabalhos autorais, que relacionam comunicação e arte, tais como ensaio fotográfico, vídeo, charge, desenho, ilustração, quadrinhos, entre outros.

O trabalho deve incluir o resumo do conceito e ser postado com extensão PDF, em drive virtual de acesso público, de acordo com as especificações do regulamento (Art. 5º). As peças, bem como outros apêndices e anexos, podem estar inseridos no corpo do trabalho ou acessíveis por meio de links indicados para os respectivos arquivos.

2. Assessoria de comunicação

Compreende projetos e estratégias on e off-line, que envolvam as etapas de briefing, diagnóstico, planejamento, desenvolvimento, execução e avaliação/ mensuração de resultados, englobando as diversas funções do profissional

(assessorar, planejar, pesquisar, comunicar e avaliar), a fim de promover a comunicação da organização com seus públicos.

O trabalho deve ser redigido na forma de projeto ou relato de experiência, com, no máximo, 30 páginas, acompanhado pelas peças propostas (se houver) e postado com extensão PDF, em drive virtual de acesso público, de acordo com as especificações do regulamento (Art. 5º). As peças, bem como outros apêndices e anexos, podem estar inseridos no corpo do trabalho ou acessíveis por meio de links indicados para os respectivos arquivos.

3. Campanha publicitária

Compreende conjuntos integrados de peças de comunicação. O número de peças propostas não poderá ser inferior a três.

O trabalho deve possuir o resumo do briefing e ser redigido na forma de projeto ou relato de experiência, com, no máximo, 30 páginas, acompanhado pelas peças propostas e postado com extensão PDF, em drive virtual de acesso público, de acordo com as especificações do regulamento (Art. 5º). As peças, bem como outros apêndices e anexos, podem estar inseridos no corpo do trabalho ou acessíveis por meio de links indicados para os respectivos arquivos.

4. Conteúdo em comunicação digital

Compreende a produção de peças e canais de comunicação, bem como de páginas em mídias sociais, que contemplem conteúdo em comunicação digital de diversos tipos, como informativo, interpretativo, opinativo, de entretenimento, de interesse permanente ou de diversidade temática, específico e dirigido a um ou mais elementos componentes dos públicos de interesse.

O trabalho deve possuir o resumo do briefing, estar acompanhado das peças, dos canais ou das páginas que dão suporte aos conteúdos propostos e ser postado com extensão PDF, em drive virtual de acesso público, de acordo com as especificações do regulamento (Art. 5º). O material, bem como outros apêndices e anexos, podem estar inseridos no corpo do trabalho ou acessíveis por meio de links indicados para os respectivos arquivos.

5. Design de comunicação

Compreende materiais gráficos institucionais ou promocionais/de varejo, como marca; manual de identidade visual; folheteria padrão – cartão de visita, envelope, folha timbrada; *folder*, *flyer*, brinde; convite; cartão de data comemorativa; calendário; camiseta; peça de ponto de venda; móbile; bandeirola; faixa de gôndola; *stopper*, *woobler*, adesivagem; *display*, sinalizador; embalagem; catálogo de produtos; *broadside*; *press-kit*, cardápio; camiseta; cartaz; *banner*, selo; estande; quiosque; expositor; ambientação; *e-book*, e-mail marketing, *site*; aplicativo; *blog*; etc. Podem ser inscritas peças avulsas ou conjuntos (a partir de duas peças de um mesmo projeto).

O trabalho deve possuir o resumo do briefing, estar acompanhado das peças propostas e ser postado com extensão PDF, em drive virtual de acesso público, de acordo com as especificações do regulamento (Art. 5º). As peças, bem como outros apêndices e anexos, podem estar inseridos no corpo do trabalho ou acessíveis por meio de links indicados para os respectivos arquivos.

6. Design de produto

Compreende bens físicos de consumo denominado sistema-produto (conjunto integrado de produto, serviço e comunicação), como mobiliário urbano e equipamentos públicos; componentes para construção; equipamentos e utensílios domésticos, comerciais e industriais; equipamentos médico-hospitalares e para cuidados pessoais; equipamentos para entretenimento; equipamentos elétricos e eletrônicos; meios de mobilidade humana individuais ou coletivos.

O trabalho deve ser apresentado em, no máximo, duas pranchas formato A2 (594mm x 420mm) na posição paisagem com todas as características funcionais, físicas, técnicas e formais que demonstrem e especifiquem uso, tecnologia de produção e contexto sociocultural de inserção. O arquivo final deve ser postado com extensão PDF, em drive virtual de acesso público, de acordo com as especificações do regulamento (Art. 5º). Possíveis apêndices e anexos, se houver, podem estar inseridos no corpo do trabalho ou acessíveis por meio de links indicados para os respectivos arquivos.

7. Design estratégico

Compreende projetos de design estratégico ou de serviço, que objetivam gerar vantagem competitiva para as organizações, a partir da aplicação de métodos e técnicas, com pensamento crítico e criativo, para a solução de problemas complexos ou para o desenvolvimento de processo, sistema ou modelo distinto.

O trabalho deve ser redigido na forma de projeto, acompanhado pelas peças propostas, e postado com extensão PDF, em drive virtual de acesso público, de acordo com as especificações do regulamento (Art. 5º). As peças, bem como outros apêndices e anexos, podem estar inseridos no corpo do trabalho ou acessíveis por meio de links indicados para os respectivos arquivos.

8. Documentário audiovisual

Compreende filmes, avulsos ou seriados, que possuam narrativa audiovisual não-ficcional, com duração máxima de 15 minutos, incluindo os créditos.

É obrigatória a inserção de créditos. O trabalho deve ser postado com extensão PDF, em drive virtual de acesso público, de acordo com as especificações do regulamento (Art. 5º), bem como apresentar sinopse e link para o filme produzido.

9. Estratégias de branding e de gestão de reputação

Compreende o desenvolvimento de estratégias que envolvam programas de gestão de marcas, de reputação e de relações institucionais e governamentais, princípios ESG e *compliance* ou prevenção de riscos e comunicação para crises.

O trabalho deve ser redigido na forma de projeto ou relato de experiência, com, no máximo, 30 páginas e postado com extensão PDF, em drive virtual de acesso público, de acordo com as especificações do regulamento (Art. 5º). Possíveis peças, bem como outros apêndices e anexos, podem estar inseridos no corpo do trabalho ou acessíveis por meio de links indicados para os respectivos arquivos.

10. Eventos e ativação de marcas

Compreende o planejamento, a execução e a avaliação de ações de comunicação, desenvolvidas para organizações privadas, públicas ou do terceiro setor, com foco na geração de valor mercadológico ou institucional aos públicos de interesse, por meio da promoção de experiências de ativação de marcas, de promoção de vendas ou de eventos corporativos, sociais e culturais.

O trabalho deve possuir o resumo do briefing, além de plano de ações detalhado, com previsão orçamentária, descrição da execução e apresentação dos resultados obtidos, bem como ser redigido na forma de projeto, com, no máximo, 20 páginas, acompanhado pelas peças propostas (se houver), e postado com extensão PDF, em drive virtual de acesso público, de acordo com as especificações do regulamento (Art. 5º). As peças, apêndices e anexos podem estar inseridos no corpo do trabalho ou acessíveis por meio de links indicados para os respectivos arquivos.

11. Ficção audiovisual

Compreende filmes, avulsos ou seriados, que possuam narrativa audiovisual ficcional, com duração máxima de 15 minutos, incluindo os créditos.

É obrigatória a inserção de créditos. O trabalho deve ser postado com extensão PDF, em drive virtual de acesso público, de acordo com as especificações do regulamento (Art. 5º), bem como apresentar sinopse e link para o filme produzido.

12. Inovação e empreendedorismo em comunicação

Compreende trabalhos de Comunicação Empresarial, Design, Jornalismo, Produção Audiovisual, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas, que serão avaliados por seu caráter empreendedor e inovador, com viabilidade financeira. Serão observadas definições do plano de negócio, como proposta de valor, público-alvo, etapas de execução, recursos aplicados e receitas previstas, além de possível simulação ou protótipo dos produtos.

O trabalho deve ser redigido na forma de projeto ou relato de experiência, com, no máximo, 30 páginas, acompanhado pela proposta de simulação ou protótipo (se houver) e postado com extensão PDF, em drive virtual de acesso público, de acordo com as especificações do regulamento (Art. 5º). As peças, bem como outros apêndices e anexos, podem estar inseridos no corpo do trabalho ou acessíveis por meio de links indicados para os respectivos arquivos.

13. Jornalismo em áudio e vídeo

Compreende programas e conteúdos jornalísticos em áudio ou vídeo, avulsos ou seriados, nos seus diversos formatos e suportes, tais como noticiário, telejornal, radiojornal, radiorevista, coberturas especiais, entrevistas, reportagens, entre outros, com duração máxima de 15 minutos, incluindo os créditos.

O trabalho deve incluir uma síntese da pauta ou proposta editorial e ser postado com extensão PDF, em drive virtual de acesso público, de acordo com as especificações do regulamento (Art. 5º). Os conteúdos, bem como outros apêndices e anexos, podem estar inseridos no corpo do trabalho ou acessíveis por meio de links indicados para os respectivos arquivos.

14. Jornalismo impresso e digital

Compreende reportagens e matérias informativas ou interpretativas, bem como narrativas em fotografia jornalística e outros conteúdos jornalísticos interativos, produzidos para veículos impressos (jornal ou revista) ou para meio digital (portal de conteúdo, blog, microblog, newsletter, mídia social, aplicativo, newsgame ou slideshow).

O trabalho deve incluir uma síntese da pauta ou proposta editorial e ser postado com extensão PDF, em drive virtual de acesso público, de acordo com as especificações do regulamento (Art. 5º). Os conteúdos, bem como outros apêndices e anexos, podem estar inseridos no corpo do trabalho ou acessíveis por meio de links indicados para os respectivos arquivos.

15. Pesquisa e estudo de tendências

Compreende a produção de pesquisa em comunicação que preveja a aplicação de métodos e técnicas empregados para a realização de pesquisas qualitativas ou quantitativas, como de tendências, de comportamento de consumo, de opinião, mercadológica etc.

O trabalho deve ser redigido na forma de relatório, com, no máximo, 50 páginas e postado com extensão PDF, em drive virtual de acesso público, de acordo com as especificações do regulamento (Art. 5º). Roteiros, questionários, transcrições e tabelas, bem como outros apêndices e anexos, podem estar inseridos no corpo do trabalho ou acessíveis por meio de links indicados para os respectivos arquivos.

16. Projeto em comunicação organizacional (corporativa/empresarial)

Compreende o planejamento de ações de comunicação para organizações privadas, públicas ou do terceiro setor, com foco mercadológico, publicitário, de relacionamento, social ou de memória. Envolve ações de relacionamento, específicas e dirigidas aos públicos, bem como de lançamento de produto ou serviço e de posicionamento ou reposicionamento de marca, com possíveis peças impressas, eletrônicas e digitais.

O trabalho deve ser redigido na forma de projeto, com, no máximo, 30 páginas, acompanhado pelas peças propostas (se houver) e postado com extensão PDF, em drive virtual de acesso público, de acordo com as especificações do regulamento (Art. 5º). As peças, bem como outros apêndices e anexos, podem estar inseridos no corpo do trabalho ou acessíveis por meio de links indicados para os respectivos arquivos.

17. Publicidade impressa, eletrônica ou digital

Compreende peça publicitária desenvolvida para jornal e revista (anúncio), mídia externa (*outdoor, busdoor, painel, empena, mobiliário urbano, adesivo* etc.) e meios digitais (*banners, landing pages, hotsites* etc.), bem como filme publicitário (comercial e vinheta) para televisão, cinema e internet, e produção de *jingle, spot* e *sound design* (projeto conceitual de som para publicidade).

O trabalho deve incluir o resumo do briefing e ser postado com extensão PDF, em drive virtual de acesso público, de acordo com as especificações do regulamento (Art. 5º). A peça, bem como outros apêndices e anexos, podem estar inseridos no corpo do trabalho ou acessíveis por meio de links indicados para os respectivos arquivos.