



## *Categorias*

**Televisão/Cinema • Gráfica • Via Pública • Rádio • Desenho/Marketing Direto • Técnicas de Produção Audiovisual • Interatividade • Inovação em Meios • Campanhas Integrais**

### **Televisão/Cinema, Gráfica e Rádio.**

- 1 Alimentos/Comidas/Lácteos/Doces/Chocolates/Snacks**
- 2 Bebidas (alcoólicas e não alcoólicas)**
- 3 Higiene doméstica/Manutenção do lar/Mascotes**
- 4 Eletrodomésticos/Móveis/Acessórios do lar**
- 5 Beleza/Higiene pessoal/Cosmética/Perfumaria/Artigos medicinais e farmacêuticos**
- 6 Vestimenta/Têxteis/Calçados/Jóias/Acessórios pessoais/Cigarros/Tabaco**
- 7 Automóveis/Veículos vários/Acessórios/Peças/Combustíveis**
- 8 Bancos/Financeiras/Seguros/Aposentadorias/Pensões**
- 9 Serviços de Bem Público**
- 10 Imagem Corporativa/Institucional**
- 11 Lojas/Supermercados/Shoppings/Restaurantes**
- 12 Eletrônica/Computação/Áudio/Vídeo/Acessórios**
- 13 Meios de comunicação/Publicações**
- 14 Recreação/Lazer/Tempo Livre/Espectáculos/Brinquedos**
- 15 Transporte/Viajes/Turismo**
- 16 Serviços Públicos e Privados/Telefonia/Eletricidade/Correio/Gás/Água/Saúde/Ensino Privado**
- 17 Campanhas Produtos**
- 18 Campanhas Serviços**
- 19 Campanhas Bem Público**
- 20 Campanhas Corporativas**
- 21 Vários**

### **Televisão/Cinema** (somente)

- 22 Orçamento baixo (Até US\$ 10.000)**

### **Rádio** (somente)

- 23 Jingles**
- 24 Música Original**
- 25 Áudio logo**

## **Via Pública (outdoor)**

- 26 Institucional**
- 27 Produtos**
- 28 Serviços**
- 29 Campanhas**

*NOTA: o material inscrito em campanhas e também em peças separadas, deverá pagar a taxa correspondente a cada inscrição. Não se aceitarão comerciais de Televisão que superem três minutos de duração.*

## **Técnicas de Produção Audiovisual**

- 30 Direção Geral**
- 31 Direção de Atores**
- 32 Direção de Arte**
- 33 Fotografia**
- 34 Edição**
- 35 Animação Computadorizada**
- 36 Efeitos Especiais**
- 37 Produção Geral**
- 38 Música Adaptada**
- 39 Música Original**
- 40 Jingles**
- 41 Áudio logo**

## **Interativo**

- 42 Banners (espaço fixo):** todas as inscrições nesta categoria devem ser realizadas segundo os tamanhos padrões da indústria. Não devem ultrapassar as bordas e podem ser interativos dentro desses limites.
- 43 Banners (rich media/dinâmicos):** inclui dinâmicos e interativos que ultrapassem as dimensões originais.
- 44 Beyond-the-Banner:** páginas de destino, interstitials, superstitials e microsites.
- 45 Hot Sites:** de produto ou campanha específica, com um tempo determinado e finito de permanência no ar.
- 46 Jogos On-line:** obrigatoriamente devem incluir promoção de uma marca.
- 47 On-line (movies e produções independentes):** criados *exclusivamente* para sua difusão on-line, em sites corporativos ou específicos de emissão de vídeos. Não são válidas adaptações de spots de Televisão ou realizações criadas para outros meios.
- 48 Campanhas Interativas:** de duas a quatro peças de um mesmo produto ou serviço, utilizando alguma das categorias interativas antes mencionadas.

## **Inovação em Meios**

### *Meios*

- 49 Televisão / Cinema / Rádio**
- 50 Gráfica**
- 51 Instalações em Via Pública**
- 52 Eventos / Promoções / Meios não tradicionais**
- 53 Internet**
- 54 Meios combinados**
- 55 Auspícios**
- 56 Advertainment**

### *Público Objetivo*

- 57 Crianças/Jovens**
- 58 Adultos**
- 59 Business to business**

## **Desenho/Marketing Direto**

- 60 Packaging de produtos:** embrulhos, caixas, pacotes, bolsas, embalagens, etc.
- 61 Mala Direta (formato bidimensional):** peças planas, folhetos, cupões, cartas de venda, catálogos, convites, relatórios de auditoria, calendários, memórias e balanços, etc.
- 62 Mala Direta (formato tridimensional):** corpóreos, desdobráveis, folhetos, cupões, cartas de venda, catálogos, convites, relatórios de auditoria, balanços, etc.
- 63 E-mail e celulares:** informações – institucionais, de venda ou de bem público – enviadas por correio eletrônico ou celular.
- 64 Ações de campo:** porta a porta, merchandising, guerrilha, etc.
- 65 Meios combinados:** ações de um mesmo produto ou serviço que envolvam o uso de qualquer das alternativas antes descritas (categorias 61/62/63/64).

## **Disciplina Especial**

- 66 Campanhas integrais:** esta nova disciplina contempla todas as campanhas que tenham sido desenvolvidas para mais de dois meios ou disciplinas antes descritas neste regulamento (podendo apresentar até um máximo de cinco meios diferentes). Caso um desses meios ou mensagem forme parte de uma campanha, todas as mensagens que integram essa campanha deverão ser inscritas (três comerciais de Televisão, três avisos de gráfica, etc.) e será contado apenas como uma disciplina. Por exemplo: adicionar três comerciais de Televisão como mínimo a qualquer outra peça ou campanha de outro meio para poder participar em Campanhas integrais.

## **Estudantes Criativos (Gráfica)**

- 67 Produtos**
- 68 Serviços**
- 69 Institucional**
- 70 Bem Público**