

Pautas para Envio do material

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

Prazo das inscrições

O prazo de inscrição do material é na quarta-feira **15 de abril de 2009**.

Sem exceção, não serão aceitas inscrições após o prazo limite.

Televisão/Cinema e Técnicas de Produção Audiovisual

Enviar um arquivo MOV (em compressão DV) ou MPEG-2 Program stream (com áudio embebido). Vídeo Bit Rate 7500kb/s, Audio MPEG layer 2 (384kbps), em PAL (720x576 pixels), ou NTSC (720 x 480 pixels).

Nenhum comercial pode ultrapassar 3 minutos de duração.

Os comerciais que integrem uma campanha (no máximo 4), devem ser enviados por separado.

Nota: para uma tarefa mais completa dos jurados, recomenda-se aos participantes do Brasil e Portugal, legendar as peças em espanhol.

Gráfica / Via Pública

Por cada peça inscrita, enviar um arquivo jpg a 150 dpi em RGB, em um **formato máximo** de 44 cm x 30,5 cm sendo horizontal ou vertical segundo a peça. (o lado mais extenso do aviso deve ter 44 cm e o outro lado **não deve passar** 30,5 cm. Se por exemplo uma peça tem formato quadrado, então os lados devem medir 30,5 cm).

Nota: nas categorias "Campanhas" deve-se anexar um arquivo por cada uma das peças que as integram (no máximo 4).

Rádio

Por cada peça inscrita – duração máxima três minutos – enviar um arquivo em formato “mp3”. Os comerciais que conformem uma campanha, devem enviar-se separadamente (no máximo 4).

Para peças participantes em português, é recomendável transcrevê-las ao espanhol, anexando um arquivo em formato Word.

Interatividade

As peças inscritas deverão estar alojadas numa URL ativa.

Segundo os campos que apareçam no formulário de inscrição deverá ingressar: o nome da peça, URL, selecionar a categoria na qual será julgada e completar em forma integral todos os campos requeridos na ficha técnica de inscrição, com a descrição da campanha, objetivo, estratégia, período de publicação e data de lançamento. Para assegurar a objetividade do jurado, as *entries* devem ser apresentadas *on-line* sem a presença da marca das agências.

Desenho/Marketing Direto

Por cada peça inscrita, enviar um arquivo jpg a 150 dpi em RGB, num **formato máximo** de 44 cm de altura x 30,5 cm de largura.

Categorias 60/61/62:

O arquivo deve conter fotografias das peças criadas (*packagings*, peças bidimensionais ou tridimensionais)

Categoria 63

No caso de *e-mails*, o arquivo deve conter uma reprodução do correio eletrônico criado (como o destinatário recebeu). No caso de *Celulares*, devem dispor fotografias da tela do celular nas que se aprecie a mensagem enviada, como o destinatário recebeu. É possível escrever epígrafes que correspondam a cada uma das fotos e que expliquem a ação.

Categorias 64/65:

O arquivo deve conter fotografias das peças ou ações realizadas sendo possível escrever epígrafes que correspondam a cada uma das fotos, aclarando a ação.

*Na disciplina **Desenho e Marketing Direto**, além de enviar o material on-line (obrigatório), os participantes têm a possibilidade, se desejarem, de enviar também a peça da forma que foi realizada, de forma física, por correio postal, para uma melhor apreciação do jurado. Neste caso, que é opcional, o participante deverá pagar todos os custos de envio correspondentes e gastos alfandegários. Sob nenhum conceito a FIAP se responsabiliza pela retenção de material na Alfândega por falta de pagamento de taxas respectivas. O material deve chegar à sede da FIAP: Av. Leandro N. Alem 734 (C1001AAP) - Ciudad Autónoma de Buenos Aires, República Argentina, até **segunda-feira 20 de abril de 2009**. O participante deverá aclarar em lugar visível e claro o número de ID correspondente da peça enviada. O material recebido com posterioridade à data indicada não será aceito e só será julgado pelo jurado a peça enviada on-line (eletronicamente).*

Inovação em Meios

Todas as peças devem estar relacionadas, com a própria mensagem ou apenas com uma campanha publicitária. As relacionadas com mais de uma campanha publicitária (mesmo se promovem o mesmo produto), não serão julgadas. As peças que estão relacionadas com diferentes campanhas devem ser apresentadas em forma individual e inscrever por separado.

Além disso, o material pode ser apresentado no máximo em três categorias.

Pautas de envio do material: por cada peça inscrita enviar:

- a) Um arquivo da peça se a mesma é de Televisão/Cinema, Rádio ou Gráfica (com as especificações descritas anteriormente).
- b) Um arquivo jpg de 44 cm de largura x 30,5 cm de altura, em RGB, que contenha um *board* explicativo para exibir ao jurado e na mostra gráfica do festival, que contenha a seguinte informação:

Síntese do *conceito e da idéia* (no máximo 50 palavras em espanhol ou português) que ressalte em forma detalhada e explicativa a ação.

Descrição da *estratégia* da ação (seja de meios ou dados-chave acerca da peça inscrita: lugar, eventos, etc., que ilustrem a idéia de como os consumidores a recebem).

Imagens ou fotografias das peças. *Importante:* no caso dos comerciais de Televisão ou Cinema, apresentar fotogramas dos mesmos.

- c) Material de apoio (somente no caso de apresentações com conteúdo audiovisual): se desejar enriquecer a mostra com um trabalho audiovisual, enviar um arquivo em formato “Quick Time” (não deve exceder 5 minutos de duração).

NOTA: para um trabalho mais completo dos jurados recomenda-se aos participantes do Brasil e Portugal, legendar em espanhol.

Campanhas integrais

Enviar um arquivo para cada uma das peças que integram a campanha, segundo as especificações de envio descritas, correspondentes a cada uma das disciplinas.

Estudantes Criativos

Os estudantes de Publicidade, Comunicação Social, Desenho Gráfico ou carreiras afins, podem participar com propostas gráficas. Devem ser anúncios que formem uma campanha, estes devem ser inscritos separadamente e pagar a taxa correspondente por cada anúncio inscrito. Apresentar no máximo cinco peças de trabalhos práticos – não publicados – realizado para a respectiva casa de estudo. Cada equipe participante deve estar integrado por dois estudantes.

Por cada peça inscrita, enviar um arquivo jpg a 150 dpi em CMYK.

Este deve ter um **formato máximo** de 44 cm x 30,5 cm sendo horizontal ou vertical segundo a peça. (O lado mais extenso do aviso deve ter 44 cm e o outro lado **não deve exceder** 30,5 cm).

Apenas os arquivos que cumpram com as medidas e especificações descritas e entregues no prazo, terão direito a ser exibidos na mostra gráfica do festival. As peças da disciplina Campanhas Integrais apenas serão exibidas ao jurado para análise e avaliação, e não na mostra gráfica.