

PPA

REGULAMENTO 2023





1 – INSCRIÇÕES | p. 04

- elegibilidade
- datas
- ficha de inscrição
- especificações dos materiais

2 – CATEGORIAS | p. 05

NACIONAIS

- filme até 15”
- filme 30”
- filme 30+”
- campanha
- integrada
- ações em conteúdo
- valor social

REGIONAIS

- filme
- campanha
- ações em conteúdo (nova!)



3 – CLASSES | p. 08

- nacional
- regional
- classes vs categorias

4 – PREMIAÇÃO | p. 10

- finalistas e vencedores
- troféus
- diplomas

5 – JÚRI | p. 11

- atribuições
- critérios de avaliação

6 - DISPOSIÇÕES GERAIS | p. 16

- aqui, tem que descer o arquivo pra ler! CONFIA, porque tem coisa importante!

1 – INSCRIÇÕES

A gente já sabe que esse regulamento não vai virar filme, então, tem que ler pra se inscrever! 🙌

1.1 - Para concorrer em qualquer uma das categorias do Prêmio Profissionais do Ano 2023, o material inscrito deve ter sido exibido pela primeira vez entre **08/08/2022 e 23/07/2023**, em âmbito regional ou nacional, dentro das plataformas da Globo - TV aberta, TV por assinatura e/ou todo o nosso ecossistema digital - ou das Afiliadas Globo.

1.2 - Pra se inscrever, não custa nada: as inscrições no Prêmio são gratuitas e podem ser realizadas a partir de **24/07/2023 até as 18 horas do dia 11/08/2023**, no site do PPA. É só preencher a ficha de inscrição e fazer o upload dos materiais.

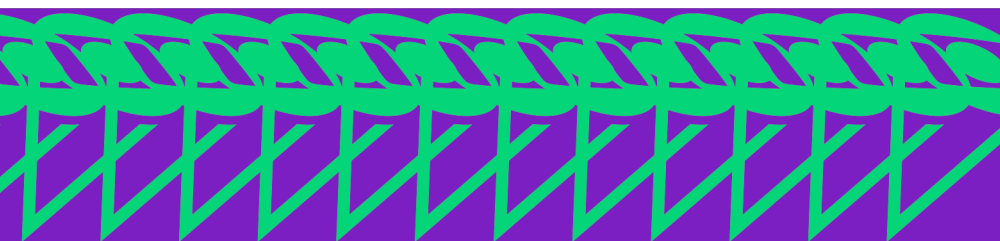
1.3 - Todos os campos da ficha devem ser preenchidos com os nomes dos integrantes da equipe e informações do trabalho que será inscrito no PPA!

1.4 - As informações inseridas na ficha de inscrição devem ser verdadeiras, evitando, assim, uma desclassificação.

1.5 - O upload do material inscrito deve estar em perfeitas condições para exibição e eventual edição, caso o material se torne finalista. Só podem ser inscritas versões de materiais efetivamente exibidas e com a claquete original, adequadas às especificações abaixo:

HD: .mp4, 1920x1080px, codec .H264, 29,97 | Audio Rate: 48 KHz Audio

Format: 16 Bits, 29,97 fps.



2 – CATEGORIAS

Sim, chegamos à parte principal! Quais são as categorias do Profissionais do Ano 2023?

Antes, porém, uma novidade: a partir deste ano, o PPA passa a contar com critérios de avaliação específicos para o júri de cada categoria.

Você pode conhecer todos esses critérios na **seção 5.2** do regulamento. É importante considerar cada critério ao preencher a defesa dos materiais (na ficha de inscrição) e na produção dos videocases (categoria Integrada e Ações em Conteúdo).

As categorias estão divididas nas Classes Nacional e Regional, de acordo com o território de exibição do material.

CLASSE NACIONAL

• **FILME ATÉ 15”** - comercial de produto, serviço ou ideia, com duração máxima de 15 segundos.

Na ficha de inscrição, será necessário fornecer informações de defesa/contextualização do trabalho.

Caso o material tenha cunho social, deve ser inscrito na categoria Valor Social.

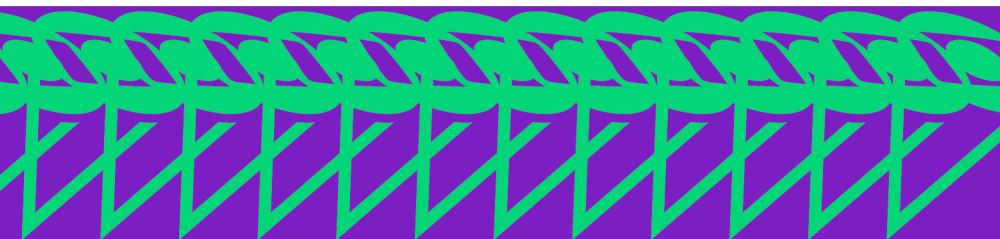
Critérios de avaliação: Originalidade; Poder da história (Arco narrativo); Link com o objetivo; Qualidade de execução (Produção); Direção de Arte.

• **FILME 30”** - comercial de produto, serviço ou ideia, com duração exata de 30 segundos.

Na ficha de inscrição, será necessário fornecer informações de defesa/contextualização do trabalho.

Caso o material tenha cunho social, deve ser inscrito na categoria Valor Social.

Critérios de avaliação: Originalidade; Engajamento emocional; Poder da história (Arco narrativo); Aplicação da marca; Link com o objetivo; Qualidade de execução (Produção); Direção de Arte.



- **FILME 30”+** - comercial de produto, serviço ou ideia, com duração superior a 30 segundos.

Na ficha de inscrição, será necessário fornecer informações de defesa/contextualização do trabalho.

Caso o material tenha cunho social, deve ser inscrito na categoria Valor Social.

Critérios de avaliação: Originalidade; Engajamento emocional; Poder da história (Arco narrativo); Aplicação da marca; Link com o objetivo; Qualidade de execução (Produção); Direção de Arte.

- **CAMPANHA** - conjunto de comerciais de produto, serviço ou ideia, assinado por um mesmo anunciante, e que tenha tema e/ou outros elementos em comum.

Filmes de uma mesma campanha terão apenas uma ficha de inscrição, identificada por um único título e upload dos comerciais correspondentes, limitando-se a três filmes por ficha.

Na ficha de inscrição, será necessário fornecer informações de defesa/contextualização do trabalho.

Caso o material tenha cunho social, deve ser inscrito na categoria Valor Social.

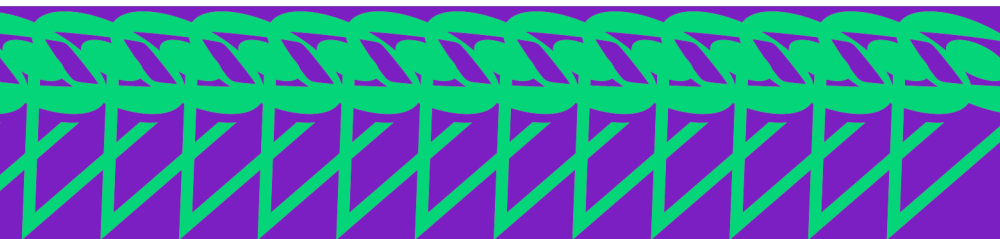
Critérios de avaliação: Originalidade; Engajamento emocional; Poder da história (Arco narrativo); Aplicação da marca; Link com o objetivo; Desdobramento da campanha; Qualidade de execução (Produção); Direção de Arte.

- **INTEGRADA** - campanha que combine veiculações no linear (TV aberta e/ou por assinatura) e no ecossistema digital da Globo. Os materiais que fazem parte da campanha precisam ser diferentes entre si e a inscrição deve ser feita em formato de videocase, com até três minutos de duração

Os responsáveis pela inscrição têm total liberdade criativa na construção do case, mas pedimos que não deixem de mencionar: as plataformas Globo utilizadas; objetivo(s) da campanha, público-alvo e uma descrição da(s) ideia(s).

Critérios de avaliação: Originalidade; Engajamento emocional; Poder da história (Arco narrativo); Aplicação da marca; Link com o objetivo; Exploração do formato.

- **AÇÕES EM CONTEÚDO** - produtos, serviços ou ideias de uma marca contextualizados em conteúdos de qualquer plataforma Globo. A inscrição deve ser feita em formato de videocase, com até três minutos de duração.



Os responsáveis pela inscrição têm total liberdade criativa na construção do case, mas pedimos que não deixem de mencionar: objetivo(s) da campanha, público-alvo e uma descrição da(s) ideia(s).

Critérios de avaliação: Originalidade; Engajamento emocional; Poder da história (Arco narrativo); Aplicação da marca; Link com o objetivo; Exploração do formato.

• **VALOR SOCIAL** - filme ou campanha que abranja todos os tipos de causas ou ações positivas para a sociedade com as quais uma marca pode se envolver, tais como: igualdade, diversidade, inclusão, meio ambiente ou serviço de utilidade pública. Marcas ou produtos podem aparecer, mas a causa e/ou ação deve ter destaque principal na peça. O material não pode conter apelo de compra ou consumo.

Na ficha de inscrição, será necessário fornecer informações de defesa/contextualização do trabalho.

Aqui, concorrem na mesma categoria trabalhos de veiculação regional e nacional.

Critérios de avaliação: Originalidade; Engajamento emocional; Poder da história (Arco narrativo); Link com o objetivo; Qualidade de execução (Produção); Direção de Arte.

CLASSE REGIONAL

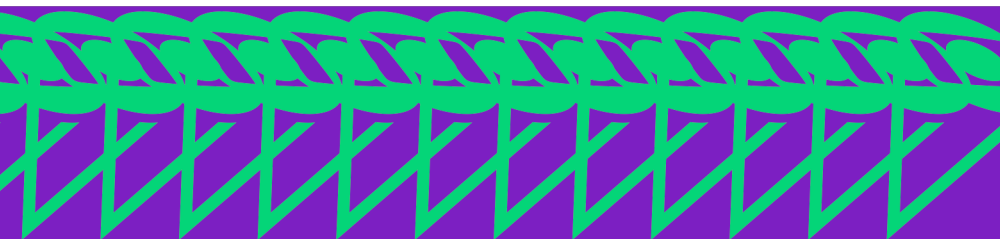
• **FILME** - comercial de produto ou serviço, sem divisão de formatos de secundagem.

Na ficha de inscrição, será necessário fornecer informações de defesa/contextualização do trabalho.

Caso o material tenha cunho social, deve ser inscrito na categoria Valor Social.

Critérios de avaliação: Originalidade; Engajamento emocional; Poder da história (Arco narrativo); Aplicação da marca; Link com o objetivo; Qualidade de execução (Produção); Direção de Arte.

• **CAMPANHA** - conjunto de comerciais de produto, serviço ou ideia, assinado por um mesmo anunciante, e que tenha tema e/ou outros elementos em comum. Não competem nesta categoria campanhas de cunho social que se enquadrem em outras categorias.



Na ficha de inscrição, será necessário fornecer informações de defesa/contextualização do trabalho.

Caso o material tenha cunho social, deve ser inscrito na categoria Valor Social.

Critérios de avaliação: Originalidade; Engajamento emocional; Poder da história (Arco narrativo); Aplicação da marca; Link com o objetivo; Desdobramento da campanha; Qualidade de execução (Produção); Direção de Arte.

• **AÇÕES EM CONTEÚDO** - produtos, serviços ou ideias de uma marca contextualizados em programas locais de regionais e Afiliadas Globo. Cortes regionais em programas nacionais (exibidos pelas 5 Globos) como É de Casa e Altas Horas também são elegíveis. A inscrição deve ser feita em formato de videocase, com até três minutos de duração.

Os responsáveis pela inscrição têm total liberdade criativa na construção do case, mas pedimos que não deixem de mencionar: objetivo(s) da campanha, público-alvo e uma descrição da(s) ideia(s).

Caso a ação de conteúdo tenha sido estendida para o intervalo, o conteúdo do break pode ser inserido/mencionado no videocase.

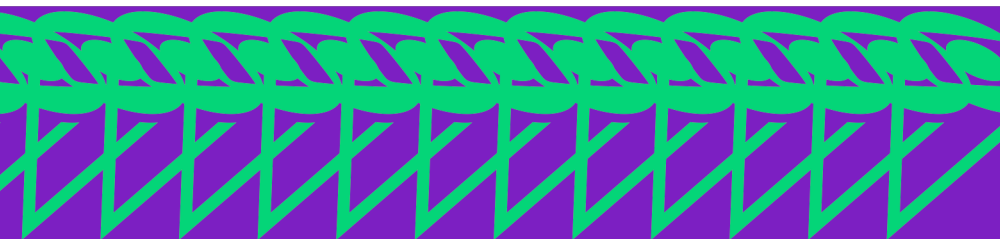
Critérios de avaliação: Originalidade; Engajamento emocional; Poder da história (Arco narrativo); Aplicação da marca; Link com o objetivo; Exploração do formato.

3 – CLASSES

Hora de entender como o PPA se divide pelas regiões do Brasil, com base no território de exibição do material inscrito!

3.1 - NACIONAL - exibições em todas as cinco regiões cobertas pelas plataformas da Globo – TV aberta, TV por assinatura e/ou todo nosso ecossistema digital.

3.2 - REGIONAL - exibições em pelo menos uma das emissoras que fazem parte da Globo baseadas na região correspondente à inscrição.



As regiões são divididas assim:

• **Norte-Nordeste:**

Acre (AC), Alagoas (AL), Amapá (AP), Amazonas (AM), Bahia (BA), Ceará (CE), Maranhão (MA), Pará (PA), Paraíba (PB), Pernambuco (PE), Piauí (PI), Rio Grande do Norte (RN), Rondônia (RO), Roraima (RR) e Sergipe (SE).

• **Leste-Oeste:**

Distrito Federal (DF), Espírito Santo (ES), Goiás (GO), Mato Grosso (MT), Mato Grosso do Sul (MS), Minas Gerais (MG) e Tocantins (TO).

• **Sul:**

Paraná (PR), Rio Grande do Sul (RS) e Santa Catarina (SC).

• **Sudeste Interior:**

Interior do Rio de Janeiro (RJ) e interior de São Paulo (SP).

• **Sudeste Capitais:**

Cidade do Rio de Janeiro (RJ) e cidade de São Paulo (SP).

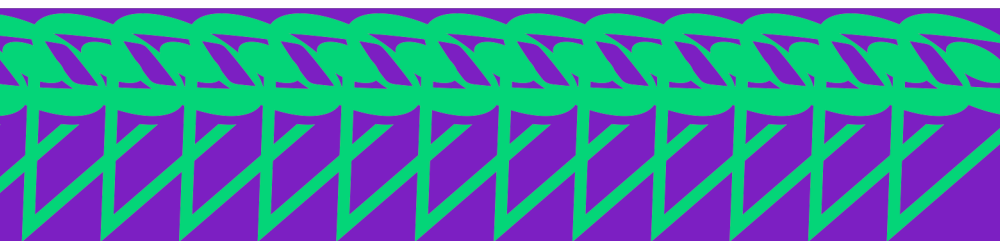
3.3 – CLASSES vs. CATEGORIAS

3.3.1 - Um trabalho que teve exibição Nacional não pode disputar a classe Regional.

3.3.2 - O trabalho inscrito na classe Regional deve, obrigatoriamente, ter sido criado por agência baseada na mesma região em que estiver concorrendo.

3.3.3 - Um filme ou um conjunto de filmes (Campanha) pode ser inscrito em uma única categoria e classe, com exceção das categorias Integrada e Ações em Conteúdo. Vide 3.3.4.

3.3.4 - Nas categorias Integrada e Ações em Conteúdo, os filmes que fazem parte da campanha exibida nos *videocases* também podem concorrer nas categorias Filme, Campanha ou Valor Social (caso tenham cunho social), nas classes Nacional ou Regional, conforme o histórico de veiculação.



3.3.5 - Trabalhos regionais de cunho social devem ser inscritos na categoria Valor Social; portanto, nessa categoria, trabalhos nacionais e regionais competem entre si.

3.3.6 - A categoria Campanha aceita conjuntos de filmes que, para serem considerados válidos, não podem ter tido veiculação territorial mista. Assim, todos os filmes de uma mesma campanha devem ter tido veiculação nacional OU regional.

4 - PREMIAÇÃO

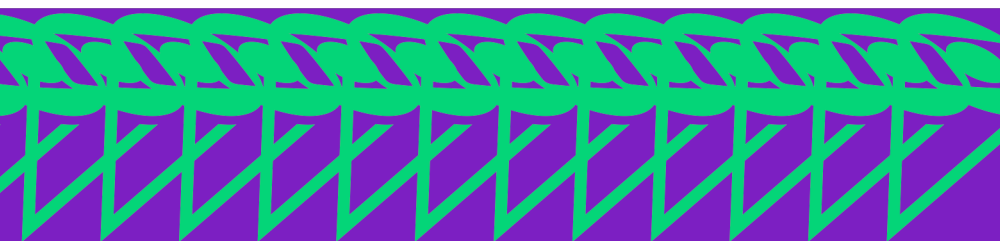
Agora, a parte boa! Confere aí como seu talento pode ser celebrado!

Na classe **Nacional**, a premiação contempla as seguintes categorias:

- **FILME ATÉ 15"**
- **FILME 30"**
- **FILME 30"+**
- **CAMPANHA**
- **INTEGRADA**
- **AÇÕES EM CONTEÚDO**
- **VALOR SOCIAL** (concorrem trabalhos exibidos regional e nacionalmente)

Já na classe **Regional**, cada região (NORTE-NORDESTE; LESTE-OESTE; SUL; SUDESTE CAPITAIS e SUDESTE INTERIOR) conta com as seguintes categorias:

- **FILME**



• CAMPANHA

• AÇÕES EM CONTEÚDO (novidade!)

4.1 - FINALISTAS E VENCEDORES

São considerados “FINALISTAS” e/ou “VENCEDORES”, os profissionais responsáveis pela CRIAÇÃO e DIREÇÃO DE CENA do trabalho, bem como a(s) agência(s), a(s) produtora(s) e o anunciante.

4.2 - TROFÉUS

Os troféus são concedidos aos profissionais vencedores responsáveis pela CRIAÇÃO e DIREÇÃO DE CENA das peças. Cada anunciante vencedor também recebe um troféu.

4.3 - DIPLOMAS

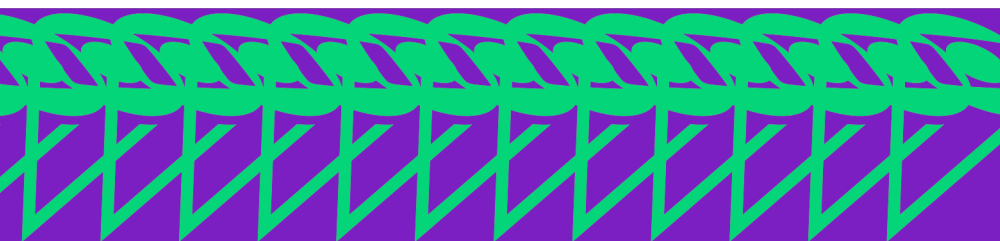
Os diplomas são destinados aos seguintes perfis de finalistas e vencedores:

- responsáveis pela CRIAÇÃO e DIREÇÃO DE CENA do trabalho
- agência(s) de publicidade
- mídia
- produtora(s)
- anunciante

Os interessados devem entrar em contato com a organização do Prêmio e solicitar a emissão **digital** do diploma. É necessário que a parte interessada conste na ficha técnica do trabalho.

5 - JÚRI

O júri do PPA é composto por profissionais de perfis diversos e de relevância comprovada, em âmbito regional e nacional. Os jurados são distribuídos em salas de acordo com as classes e categorias que serão avaliadas por cada grupo. Cada sala de júri tem um mínimo de 8 e um máximo de 12 membros, além do Presidente.



Os nomes escolhidos para compor o júri este ano serão listados no site do Prêmio.

5.1 - ATRIBUIÇÕES

5.1.1 - Compete ao Presidente de Júri solucionar questões relacionadas ao cumprimento do Regulamento, sem direito a voto.

5.1.2 - Os jurados das classes Nacional e Regional assistem aos trabalhos inscritos e dão notas individuais conforme os critérios de avaliação da categoria em questão.

5.1.3 - As peças definidas como finalistas são novamente exibidas e, desta vez, os jurados podem debater entre si a respeito dos materiais. Cada jurado avaliará os finalistas individualmente, ordenando-os conforme sua preferência.

5.1.4 - Nas duas fases de votação, o jurado que tenha algum vínculo com o material exibido deve se abster dos debates (se ausentando momentaneamente da sala) e da votação. Como a avaliação final de um trabalho é resultado da média entre os jurados, nenhum material é desfavorecido caso um jurado se abstenha de votar.

5.1.5 - Depois do Júri, caso seja detectada qualquer irregularidade com um trabalho vencedor, o próximo colocado será automaticamente considerado vencedor.

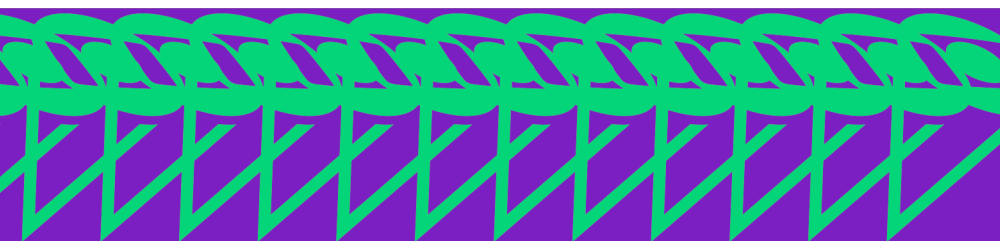
5.2 – CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Durante o Júri, o corpo de jurados deve avaliar os materiais exibidos e atribuir notas individuais, utilizando critérios específicos. Os critérios são esses:

CLASSE NACIONAL

FILME ATÉ 15”

ORIGINALIDADE - O trabalho é original, inovador, diferente? É mais interessante que outras peças do mercado?



PODER DA HISTÓRIA | ARCO NARRATIVO - Existe uma história sendo contada de forma clara, atraente e eficaz?

LINK COM O OBJETIVO - Quão bem a ideia responde aos objetivos da comunicação?

QUALIDADE DE EXECUÇÃO | PRODUÇÃO - Avalia como a história é registrada. Envolve a qualidade técnica da imagem, composição visual, enquadramento, luz e sombras.

DIREÇÃO DE ARTE - Como a história é visualmente exibida? Envolve aspectos de design gráfico, escolha de cores, escolha e uso de tipografia, elementos visuais e a harmonia geral da peça.

FILME 30" & FILME 30"+ (categorias diferentes, mas com os mesmos critérios)

ORIGINALIDADE - O trabalho é original, inovador, diferente? É mais interessante que outras peças do mercado?

ENGAJAMENTO EMOCIONAL - A peça desperta emoção, curiosidade? É impactante, capaz de prender atenção e gerar lembrança da marca?

PODER DA HISTÓRIA | ARCO NARRATIVO - Existe uma história sendo contada de forma clara, atraente e eficaz?

LINK COM O OBJETIVO - Quão bem a ideia responde aos objetivos da comunicação?

QUALIDADE DE EXECUÇÃO | PRODUÇÃO - Avalia como a história é registrada. Envolve a qualidade técnica da imagem, composição visual, enquadramento, luz e sombras.

DIREÇÃO DE ARTE - Como a história é visualmente exibida? Envolve aspectos de design gráfico, escolha de cores, escolha e uso de tipografia, elementos visuais e a harmonia geral da peça.

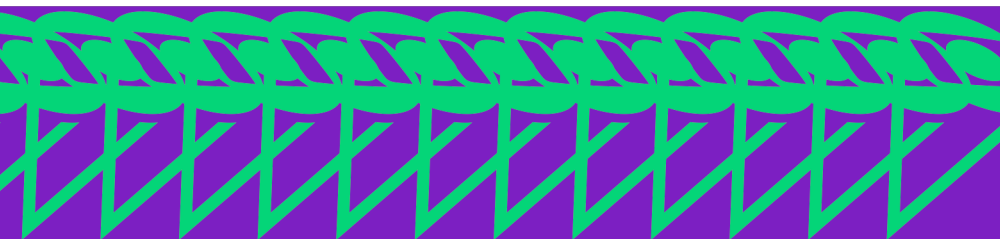
CAMPANHA

ORIGINALIDADE - O trabalho é original, inovador, diferente? É mais interessante que outras peças do mercado?

ENGAJAMENTO EMOCIONAL - A peça desperta emoção, curiosidade? É impactante, capaz de prender atenção e gerar lembrança da marca?

PODER DA HISTÓRIA | ARCO NARRATIVO - Existe uma história sendo contada de forma clara, atraente e eficaz?

LINK COM O OBJETIVO - Quão bem a ideia responde aos objetivos da comunicação?



DESDOBRAMENTO DA CAMPANHA - A ideia é clara e tem um fio condutor que une as peças da campanha?

QUALIDADE DE EXECUÇÃO | PRODUÇÃO - Avalia como a história é registrada. Envolve a qualidade técnica da imagem, composição visual, enquadramento, luz e sombras.

DIREÇÃO DE ARTE - Como a história é visualmente exibida? Envolve aspectos de design gráfico, escolha de cores, escolha e uso de tipografia, elementos visuais e a harmonia geral da peça.

INTEGRADA

ORIGINALIDADE - O trabalho é original, inovador, diferente? É mais interessante que outras peças do mercado?

ENGAJAMENTO EMOCIONAL - A peça desperta emoção, curiosidade? É impactante, capaz de prender atenção e gerar lembrança da marca?

PODER DA HISTÓRIA | ARCO NARRATIVO - Existe uma história sendo contada de forma clara, atraente e eficaz?

LINK COM O OBJETIVO - Quão bem a ideia responde aos objetivos da comunicação?

EXPLORAÇÃO DO FORMATO - O quão diverso foi o uso das plataformas Globo para potencializar a ideia criativa?

AÇÕES EM CONTEÚDO

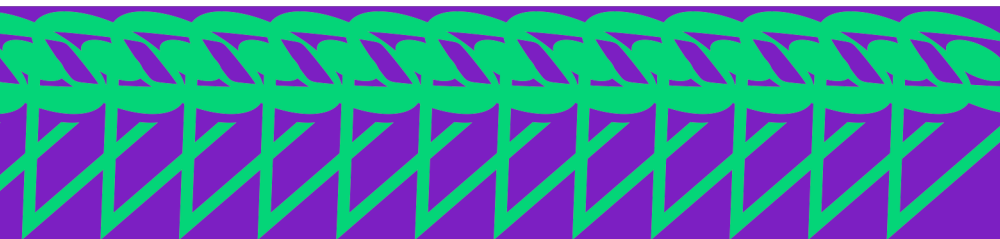
ORIGINALIDADE - O quanto a ideia é original e criativa ao explorar ao máximo o que os programas/formatos permitem?

ENGAJAMENTO EMOCIONAL - A peça desperta emoção, curiosidade? É impactante, capaz de prender atenção e gerar lembrança da marca?

PODER DA HISTÓRIA | ARCO NARRATIVO - Existe uma história sendo contada de forma clara, atraente e eficaz?

LINK COM O OBJETIVO - Quão bem a ideia responde aos objetivos da comunicação?

EXPLORAÇÃO DO FORMATO - A marca usou as características do programa/ produto para potencializar a ideia criativa?



VALOR SOCIAL

ORIGINALIDADE - O trabalho é original, inovador, diferente? É mais interessante que outras peças do mercado?

ENGAJAMENTO EMOCIONAL - O conteúdo da peça causa impacto, reflexão e/ou comoção?

PODER DA HISTÓRIA | ARCO NARRATIVO - Existe uma história sendo contada de forma clara, atraente e eficaz?

LINK COM O OBJETIVO - Quão bem a ideia responde aos objetivos da comunicação?

QUALIDADE DE EXECUÇÃO | PRODUÇÃO - Avalia como a história é registrada. Envolve a qualidade técnica da imagem, composição visual, enquadramento, luz e sombras.

DIREÇÃO DE ARTE - Como a história é visualmente exibida? Envolve aspectos de design gráfico, escolha de cores, escolha e uso de tipografia, elementos visuais e a harmonia geral da peça.

CLASSE REGIONAL

FILME

ORIGINALIDADE - O trabalho é original, inovador, diferente? É mais interessante que outras peças do mercado?

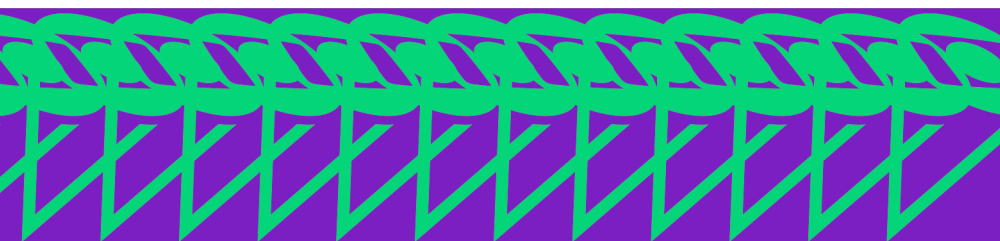
ENGAJAMENTO EMOCIONAL - A peça desperta emoção, curiosidade? É impactante, capaz de prender atenção e gerar lembrança da marca?

PODER DA HISTÓRIA | ARCO NARRATIVO - Existe uma história sendo contada de forma clara, atraente e eficaz?

LINK COM O OBJETIVO - Quão bem a ideia responde aos objetivos da comunicação?

QUALIDADE DE EXECUÇÃO | PRODUÇÃO - Avalia como a história é registrada. Envolve a qualidade técnica da imagem, composição visual, enquadramento, luz e sombras.

DIREÇÃO DE ARTE - Como a história é visualmente exibida? Envolve aspectos de design gráfico, escolha de cores, escolha e uso de tipografia, elementos visuais e a harmonia geral da peça.



CAMPANHA

ORIGINALIDADE - O trabalho é original, inovador, diferente? É mais interessante que outras peças do mercado?

ENGAJAMENTO EMOCIONAL - A peça desperta emoção, curiosidade? É impactante, capaz de prender atenção e gerar lembrança da marca?

PODER DA HISTÓRIA | ARCO NARRATIVO - Existe uma história sendo contada de forma clara, atraente e eficaz?

LINK COM O OBJETIVO - Quão bem a ideia responde aos objetivos da comunicação?

DESDOBRAMENTO DA CAMPANHA - A ideia é clara e tem um fio condutor que une as peças da campanha?

QUALIDADE DE EXECUÇÃO | PRODUÇÃO - Avalia como a história é registrada. Envolve a qualidade técnica da imagem, composição visual, enquadramento, luz e sombras.

DIREÇÃO DE ARTE - Como a história é visualmente exibida? Envolve aspectos de design gráfico, escolha de cores, escolha e uso de tipografia, elementos visuais e a harmonia geral da peça.

AÇÕES EM CONTEÚDO

ORIGINALIDADE - O quanto a ideia é original e criativa ao explorar ao máximo o que os programas/formatos permitem?

ENGAJAMENTO EMOCIONAL - A peça desperta emoção, curiosidade? É impactante, capaz de prender atenção e gerar lembrança da marca?

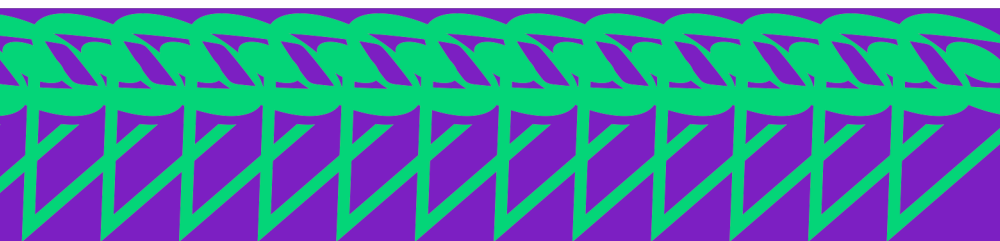
PODER DA HISTÓRIA | ARCO NARRATIVO - Existe uma história sendo contada de forma clara, atraente e eficaz?

LINK COM O OBJETIVO - Quão bem a ideia responde aos objetivos da comunicação?

EXPLORAÇÃO DO FORMATO - A marca usou as características do programa/produto para potencializar a ideia criativa?

6 - DISPOSIÇÕES GERAIS

6.1 - Durante o processo de inscrição, são coletados dados de endereço e contato das agências, das produtoras e do anunciante envolvidos no trabalho. Também se faz necessário o fornecimento de nome, telefone e e-mail do



responsável pela inscrição. Estes dados são compartilhados com um único parceiro de Tecnologia, responsável pelo desenvolvimento da plataforma de inscrições. Os dados podem ser usados pela organização do PPA nas diferentes etapas de produção do Prêmio e permanecem conosco por prazo indefinido.

6.2 – A Festa de Premiação dos vencedores acontecerá no dia **30/11**. A partir deste ano, **os vencedores regionais também serão anunciados em primeira mão neste dia.**

6.3 - Os troféus são enviados, exclusivamente, a profissionais estabelecidos em território nacional.

6.4 - Os diplomas, troféus e créditos seguem exatamente os dados fornecidos nas Fichas de Inscrição, durante o processo de inscrição.

6.5 - Serão recusadas inscrições de filmes criados para marcas da Globo e para instituições e empresas a ela vinculadas, assinados ou não.

6.6 - Qualquer profissional da Globo que tenha participado da criação de um trabalho inscrito não será considerado FINALISTA ou VENCEDOR.

6.7 - Trabalhos exibidos pela primeira vez na Globo antes das 00h00 do dia 08/08/2022 ou depois das 23h59min59s do dia 23/07/2023, horário de Brasília, serão automaticamente desclassificados.

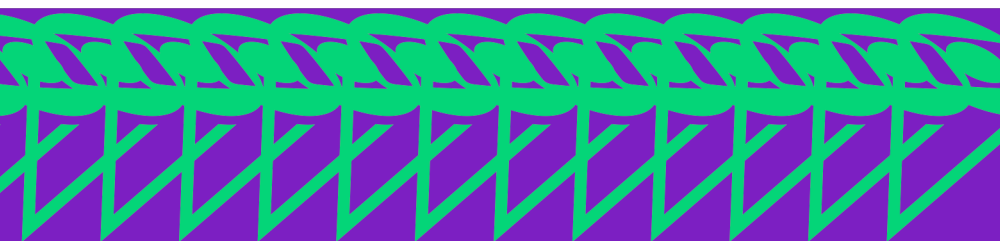
6.8 - Promoções e mensagens de candidatos e partidos políticos não podem concorrer.

6.9 – Filmes de varejo que contenham ofertas precificadas de produtos serão automaticamente desconsiderados.

6.10 - Videocases que utilizem imagens sobre as quais a agência não tem direitos de uso serão desclassificados.

6.11 – Não serão aceitas peças digitais cuja exibição se deu por meio de mídia programática.

6.12 - Durante a inscrição, é obrigatório apresentar claquete e códigos Ancine referentes aos materiais de TV aberta e/ou TV por assinatura.



6.13 - Será desclassificado qualquer trabalho cuja exibição tenha sido sustada pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR) e comunicada à Globo até a data de realização do Júri.

6.14 - A Globo poderá exibir os materiais inscritos e utilizá-los na promoção do PPA. Suas cópias, incluindo os videocases das categorias Integrada e Ações em Conteúdo, passam a pertencer ao acervo do Prêmio.

6.15 - A organização do PPA pode ordenar e editar, a seu critério, o material a ser exibido nas sessões dos Júris, na Premiação e na TV.

6.16 - A qualquer momento, verificada qualquer espécie de irregularidade na inscrição, a mesma pode ser desclassificada.

6.17 - Compete à organização do Prêmio e/ou aos Júris, quando realizados, solucionar casos excepcionais, não previstos no Regulamento.

Acabou! Agora, é com você e com a Ficha de Inscrição!

Boa sorte! ;)

