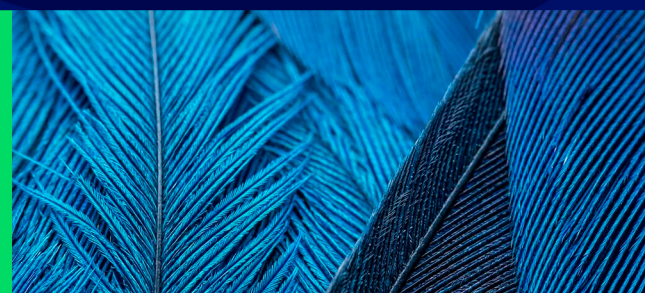




PRÊMIO PROFISSIONAIS DO ANO



REGULAMENTO 2026



1 – INSCRIÇÕES | p. 04

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

2 – CATEGORIAS | p. 05

NACIONAIS

- filme 30"
- filme 30+"
- campanha
- integrada
- inovações em conteúdo
- valor social

REGIONAIS

- filme
- campanha

ÍNDICE

3 – CLASSES | p. 09

- nacional
- regional
- classes x categorias

4 – PREMIAÇÃO | p. 10

- finalistas e vencedores
- troféus
- diplomas

5 – JÚRI | p. 12

- atribuições
- critérios de avaliação

6 - DISPOSIÇÕES GERAIS | p. 16

- é o finalzinho, mas tem muita coisa importante aqui também!

1 – INSCRIÇÕES

Temos algumas novidades esse ano... mas só lendo pra você descobrir! 🧐

1.1 - Para concorrer em qualquer uma das categorias do Prêmio Profissionais do Ano 2026, o material inscrito **deve ter sido exibido pela primeira vez entre 14/07/2025 e 19/07/2026**, em âmbito regional ou nacional, dentro das plataformas da Globo - TV aberta, TV por assinatura, família G (globo.com, g1, ge, Gshow, Receitas), ViU (projetos e agenciados), Globoplay, ge tv e Eletromídia - e das Afiliadas Globo.

1.2 - Para se inscrever, não custa nada: as inscrições no Prêmio são gratuitas e podem ser realizadas **a partir de 20/07/2026 até as 19 horas do dia 07/08/2026**, 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, desclassificação.

1.5 - Os videocases devem seguir os parâmetros estabelecidos no regulamento para que sejam exibidos ao Júri.

1.6 - Será necessário fornecer o Pedido de Inserção (PI), mapa de mídia ou qualquer outro documento comprobatório de exibição de todos os materiais inscritos, à exceção das categorias Integrada e Inovações em Conteúdo. Estas são validadas pelo time de Produtos da Globo.

1.7 - 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 na Globo 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! Como estão as categorias do Profissionais do Ano 2026? **Integrada, Inovações em Conteúdo, Filme 30"+ e regionais** tiveram ajustes!

Antes, vale reforçar que será mantida a dinâmica de votação utilizando os critérios descritos na **seção 5.2** do regulamento. Considere cada critério ao preencher a defesa dos materiais (na ficha de inscrição) e na produção dos videocases (categorias Integrada e Inovações em Conteúdo).

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

CLASSE NACIONAL

• **FILME 30"** - filme 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); Link com o objetivo; Qualidade de execução (Produção); Direção de Arte.

• **FILME 30"+** - filme de produto, serviço ou ideia, com duração superior a 30 segundos. O material deve ter **duração máxima de cinco minutos**.

Para ser elegível, basta uma exibição do material em qualquer plataforma Globo, desde que também tenham sido veiculadas na Globo versões reduzidas desse mesmo filme (mínimo de uma exibição da versão reduzida). Pedimos que também compartilhem os respectivos Pls das versões menores.

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); Link com o objetivo; Qualidade de execução (Produção); Direção de Arte.

• **CAMPANHA** - conjunto de filmes 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.

Filmes com conteúdos idênticos e que tenham apenas variação na secundagem (ex: filme de 60" + versão reduzida de 30") não devem ser agrupados como Campanha. As versões diferentes podem concorrer nas respectivas categorias de Filme.

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); Link com o objetivo; Desdobramento da campanha; Qualidade de execução (Produção); Direção de Arte.

• **INOVAÇÕES EM CONTEÚDO** - Marcas inseridas em conteúdos do ecossistema Globo.

Exemplos que se encaixam aqui:

- ação de conteúdo isolada.
- ação de conteúdo seguida de primeiríssima/break contextualizado.
- conteúdos criados e/ou distribuídos exclusivamente no ecossistema Globo (ex.: especiais no Globoplay feitos pelas marcas).
- uma ideia criativa única desdobrada em múltiplos conteúdos Globo.

Ou seja, **um conjunto de ações de conteúdo volta a concorrer nesta categoria, considerando apenas entregas coproduzidas pela Globo e exibidas dentro do nosso ecossistema.**

A inscrição deve ser feita em formato de videocase, com até três minutos de duração.

A partir do material inscrito, o Júri deve ser capaz de avaliar **a entrega de marca mais criativa nos conteúdos Globo.**

ATENÇÃO:

Os responsáveis pela construção do case têm total liberdade criativa, mas pedimos que não citem o nome da agência e não deixem de mencionar: descrição da ideia, objetivo(s) da(s) ação(ões) utilizando os conteúdos Globo e motivo da escolha do formato. Seguir esses parâmetros é importante para que os cases atendam aos critérios requeridos pelo PPA e estejam dentro do esperado a ser exibido ao Júri.

Números de resultados da campanha não fazem parte do escopo de avaliação do Júri. No entanto, se mencionados no videocase, devem vir acompanhados das respectivas fontes.

O PPA é brasileiro. Portanto, não serão admitidos cases com locução e/ou legendas em inglês.

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

• **INTEGRADA** - Uso de pelo menos **03 (três) plataformas*** diferentes na Globo, com uma

REGULAMENTO PRÊMIO PROFISSIONAIS DO ANO 2026

48ª EDIÇÃO

narrativa (storytelling) permeando as peças, que devem ser complementares entre si. A inscrição deve ser feita em formato de videocase, com até três minutos de duração.

A partir do material inscrito, o Júri deve ser capaz de avaliar o uso mais criativo do ecossistema de mídia da Globo, portanto, é importante mencionar todas as entregas realizadas.

ATENÇÃO:

A partir desta edição, o videocase deve mencionar eventuais entregas via Eletromídia.

*Plataformas: TV aberta, TV por assinatura, família G (globo.com, g1, ge, Gshow, Receitas), ViU (projetos e agenciados), Globoplay, ge tv e Eletromídia. Não serão aceitas inscrições de campanhas realizadas fora do ecossistema Globo.

Os responsáveis pela construção do case têm total liberdade criativa, mas pedimos que não citem o nome da agência e não deixem de mencionar: descrição da(s) ideia(s), objetivo(s) da campanha no ecossistema de mídia da Globo, considerando também a escolha dos formatos. Seguir esses parâmetros é importante para que os cases atendam aos critérios requeridos pelo PPA e estejam dentro do esperado a ser exibido ao Júri. Números de resultados da campanha não fazem parte do escopo de avaliação do Júri. No entanto, se mencionados no videocase, devem vir acompanhados das respectivas fontes. O PPA é brasileiro. Portanto, não serão admitidos cases com locução e/ou legendas em inglês.

Critérios de avaliação: Originalidade; Engajamento emocional; Poder da história (Arco narrativo); Link com o objetivo; Exploração dos formatos.

• **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.

Aqui, concorrem na mesma categoria trabalhos de veiculação regional e nacional. Não podem concorrer peças de aniversário de prefeituras e governos estaduais. Na ficha de inscrição, será necessário fornecer informações de defesa/contextualização do trabalho.

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

CLASSE REGIONAL

A partir de 2026, as categorias regionais passam a exigir um número mínimo de exibições na Globo.

• **FILME** - filme de produto ou serviço, sem divisão de formatos de secundagem. O material

REGULAMENTO PRÊMIO PROFISSIONAIS DO ANO 2026

48ª EDIÇÃO

precisa ter sido exibido ao menos 3 vezes na Globo, para ser elegível.

Caso o material tenha duração superior a 30", ele será elegível mesmo com exibição única na Globo, desde que também tenham sido veiculadas versões reduzidas desse mesmo filme.

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); Link com o objetivo; Qualidade de execução (Produção); Direção de Arte.

• **CAMPANHA** - conjunto de filmes de produto, serviço ou ideia, assinado por um mesmo anunciante, e que tenha tema e/ou outros elementos em comum. Os filmes da campanha, somados, precisam totalizar um mínimo de 4 exibições na Globo, para que a campanha seja elegível (ex: uma campanha com 2 filmes, com 2 exibições cada, totalizando 4 exibições na Globo).

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.

Filmes com conteúdos idênticos e que tenham apenas variação na secundagem (ex: filme de 30" + versão reduzida de 15") não devem ser agrupados como Campanha.

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); Link com o objetivo; Desdobramento da campanha; Qualidade de execução (Produção); Direção de Arte.

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, família G (globo.com, g1, ge, Gshow, Receitas), ViU (projetos e agenciados), Globoplay, ge tv e Eletromidia. A veiculação precisa ter sido em rede, para todas as praças do país, em pelo menos um dos meios citados acima.

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), Sergipe (SE) e Tocantins (TO).

• **Leste-Oeste:**

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

• **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 - Esperamos que o trabalho inscrito tenha sido pensado para a região em que vai concorrer. Além disso, o material 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) só pode ser inscrito em uma única categoria e classe, com exceção da categoria Integrada. Vide 3.3.4.

3.3.4 - Os materiais inscritos em Filme 30", Filme 30"+, Campanha ou Valor Social também podem compor a narrativa de um videocase inscrito na categoria Integrada.

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 exibição nacional OU regional.

4 - PREMIAÇÃO

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

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

- **FILME 30"**
- **FILME 30"+**
- **CAMPANHA**
- **INTEGRADA**
- **INOVAÇÕES 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**

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 agência e 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.

Este ano, o Júri acontecerá em setembro e será dividido em duas etapas: na primeira, a votação será remota e individual e, nela, serão definidos os finalistas de cada categoria.

Já a segunda etapa será presencial e ocorrerá na Globo São Paulo. Nessa etapa, os jurados terão a oportunidade de debater os trabalhos entre si, antes de atribuírem notas individuais aos finalistas.

Cada categoria terá somente um vencedor.

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 - Na etapa final, as peças 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 - Na fase final 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 a primeira etapa do Júri, o corpo de jurados deve avaliar os materiais exibidos e atribuir notas individuais, utilizando critérios específicos. Os critérios são esses:

CLASSE NACIONAL

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 DOS FORMATOS - O quão diverso foi o uso das plataformas Globo para potencializar a ideia criativa?

INOVAÇÕES 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(S) FORMATO(S) - 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.

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. Seguindo os princípios da LGPD, esses 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 Premiação dos vencedores acontecerá no dia **17/11**.

6.3 - Durante o evento, além dos troféus das categorias citadas ao longo do regulamento, serão entregues também os especiais de Negritudes, Força Criativa Feminina e LED.

6.4 - Em 2026, o PPA, em parceria com o Movimento LED Globo – Luz na Educação, iniciativa que reconhece e impulsiona práticas inovadoras capazes de transformar a educação no Brasil, lança uma nova categoria voltada exclusivamente para estudantes de Publicidade de todo o país. O objetivo é reconhecer e incentivar os talentos que irão construir o futuro do mercado da comunicação.

Os estudantes deverão enviar uma proposta de campanha integrada nas plataformas Globo, abordando o tema “O papel da educação na transformação social”. Após uma curadoria realizada por pareceristas e pela Globo de todas as inscrições, 03 trabalhos finalistas serão exibidos e avaliados em uma das salas oficiais do Júri PPA.

Os vencedores serão anunciados no palco da Premiação, no dia **17/11**. Para mais informações, acesse movimentoled.com.br.

6.5 - Troféu Negritudes: essa menção especial não é uma categoria, mas um destaque ao compromisso da agência finalista com o maior número de pessoas pretas e pardas declaradas na ficha técnica (da agência). Essas informações devem ser fornecidas pelo responsável, no momento da inscrição.

6.6 - Troféu Força Criativa Feminina: essa menção especial não é uma categoria, mas um destaque ao compromisso da agência finalista com o maior número de mulheres criativas creditadas na ficha técnica. Essas informações devem ser fornecidas pelo responsável, no momento da inscrição.

6.7 - O objetivo dos troféus especiais Negritudes e Força Criativa Feminina é trazer uma reflexão mais profunda sobre o papel que todos nós temos na construção de um mercado mais representativo, mais brasileiro e, principalmente, mais justo.

6.8 – Todos os troféus são entregues/enviados, exclusivamente, a profissionais estabelecidos em território nacional.

6.9 – Os diplomas, troféus e créditos seguem exatamente os dados fornecidos nas fichas, durante o processo de inscrição.

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

6.11 – Qualquer profissional da Globo ou de suas Afiliadas que tenha participado da criação de um trabalho inscrito não será considerado FINALISTA ou VENCEDOR.

6.12 - Não há qualquer restrição quanto à inscrição de materiais que contenham IA em sua criação, desde que o conteúdo seja verdadeiro. Qualquer informação falsa detectada em um material inscrito resultará em desclassificação.

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

6.14 - Peças meramente promocionais ou comemorativas de aniversários de prefeituras e governos estaduais não podem concorrer.

6.15 - Filmes de lojas de varejo, e-commerces e supermercados que contenham ofertas precificadas de produtos serão automaticamente desconsiderados.

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

6.17 - Nas categorias de filme, não são aceitos videocases.

6.18 - Peças digitais cuja exibição se deu por mídia programática só serão aceitas mediante o fornecimento do respectivo Pedido de Inserção (PI) ou qualquer outro documento comprobatório de exibição.

6.19 - Durante a inscrição, é obrigatório apresentar claquete, Pedido de Inserção (PI) ou qualquer outro documento comprobatório de exibição e códigos Ancine referentes aos materiais de TV aberta e/ou TV por assinatura.

REGULAMENTO PRÊMIO PROFISSIONAIS DO ANO 2026

48ª EDIÇÃO

6.20 - Um trabalho criado por uma agência (criação) e veiculado na Globo por outra (mídia) pode concorrer no PPA, inscrito por qualquer uma das agências, desde que os devidos créditos sejam fornecidos na ficha.

6.21 - 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 da Premiação.

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

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

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

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

Só isso! Agora é com você e com a Ficha de Inscrição!

Boa sorte! ;)