

Regulamento da Categoria: CYBER

A razão do Festival

O WAVE FESTIVAL tem por objetivo oferecer aos profissionais e empresários da indústria da comunicação à oportunidade de promover seus trabalhos através da exibição de seu material mais original e criativo, em um evento com proposta única em toda a América Latina e mercado hispano-americano.

Data e Local

A data oficial do WAVE FESTIVAL IN RIO será nos dias 05 e 06 de Abril de 2017 e o mesmo será realizado no Brasil, Rio de Janeiro-RJ no Hotel Copacabana Palace:

Dias 04 e 05: Julgamento

Dias 05 e 06: Seminário

Dia 06 – Young Wave Circus

Dia 06 – Cerimônia de Premiação

Data Final das inscrições

O último dia para finalizar sua inscrição será **17 de março de 2017.**

Todos os materiais, documentação e pagamentos deverão ter sido recebidos pelos Organizadores até essa data. As inscrições não poderão ser canceladas a partir do dia 17 de março de 2017.

Julgamento

Um júri internacional especializado julgará as peças.

Fases do Julgamento

1. O shortlist é definido por categoria e nele serão classificadas as peças que, através de um sistema digital de votação e apuração, tenham sido as mais bem votadas.
2. Em uma segunda fase, em discussão aberta, os jurados apuram as peças merecedoras dos WAVE OURO, PRATA E BRONZE. Um GRAND PRIX é selecionado, também através de discussão aberta, entre as peças que mereceram Ouro.
3. Em qualquer das fases, o jurado cuja peça esteja sendo avaliada não tem permissão de voto. A decisão do Júri será sempre considerada definitiva e soberana.

Prêmios

1. Os Prêmios serão atribuídos da seguinte forma:

UM GRAND PRIX pode ser escolhido nas CATEGORIAS.

Os prêmios WAVE OURO, PRATA E BRONZE em cada categoria receberão um troféu. Cada prêmio será atribuído à empresa responsável pela inscrição da peça.

Tratamento e Publicação das Peças

1. Todo material submetido ao Festival torna-se propriedade dos Organizadores e não será devolvido.

2. Aos responsáveis por cada inscrição poderá ser solicitado envio de material adicional com vistas à exibição e divulgação de peças constantes no shortlist ou premiadas. Nenhuma peça premiada ou dados técnicos poderão ser alterados após o julgamento caso solicitada para divulgação pelo WAVE FESTIVAL.
3. Com o objetivo de promover e difundir o festival, os responsáveis por cada peça entendem que seu material passará a fazer parte do acervo permanente e histórico do WAVE FESTIVAL, autorizando assim os organizadores a utilizar esse material em apresentações públicas ou privadas, bem como utiliza-las em seu próprio material de divulgação, ou ainda em peças para comercialização.
4. Esse acervo histórico é de propriedade exclusiva dos Organizadores, não podendo, portanto, ser divulgado, duplicado ou copiado, em parte ou no seu todo, de qualquer forma ou para qualquer objetivo, sem autorização prévia da organização do evento.
5. Os Organizadores, assegurados pelos responsáveis de cada peça inscrita, entendem seus os direitos para uso e comercialização das peças participantes do Festival; os responsáveis por cada peça inscrita deverão estar ao lado dos Organizadores no sentido de esclarecer e suportar qualquer demanda acerca da posterior utilização do material inscrito pela organização do Festival.
6. O ônus de toda natureza será dos responsáveis por cada peça inscrita, no caso de qualquer ação legal acerca do material submetido ao evento.
7. Os ganhadores dos Prêmios GRAND PRIX, bem como WAVE OURO, PRATA ou BRONZE em qualquer uma das categorias que compõem o WAVE FESTIVAL poderão divulgar suas conquistas para fins promocionais ou de imprensa.
8. O descumprimento de qualquer regra expressa nos regulamentos do WAVE FESTIVAL resultará na automática desqualificação da peça inscrita.
9. Para todos os fins, ao longo de todos os processos e regras relativas ao WAVE FESTIVAL, as decisões tomadas pelos Organizadores serão mandatórias, finais e definitivas, não cabendo a elas a imputação de qualquer tipo de recurso.

Elegibilidade

1. O Festival está aberto para todos os envolvidos na indústria da Comunicação em toda a América Latina.
2. As inscrições não podem ser efetuadas sem autorização prévia dos anunciantes proprietários dos direitos de comunicação das peças.
3. Todas as inscrições na categoria CYBER devem ter sido concebidas para serem efetivamente veiculadas na Internet, bem como em outras plataformas digitais.
4. Todas as peças inscritas devem ter sido produzidas e veiculadas segundo contratos comerciais pagos, firmados com clientes pessoas jurídicas, de empresas registradas e operantes. O cliente deve ter pagado todos ou a maior parte dos custos de mídia.

Exceção às peças inscritas nas categorias Caridade e Serviços Públicos, cujos custos podem ter sido negociados livremente. O Festival se reserva o direito de requisitar documentos comprobatórios da efetiva veiculação das peças inscritas, com vistas a validar sua veracidade, no caso de sua qualificação para shortlist ou premiação.

5. Todas as peças inscritas deverão ter sido publicadas pela primeira vez entre 01 de Janeiro de 2016 a 31 de março de 2017.
6. As peças inscritas no evento não poderão ter participado de edições anteriores.
7. Os organizadores poderão recusar inscrições que ofendam sentimentos nacionais, religiosos ou o gosto comum.
8. As peças inscritas que até a data do julgamento final tiverem infringido qualquer norma legal de seu país de origem deixarão de ser elegíveis. É dever do responsável pela inscrição notificar os organizadores caso qualquer violação dessa natureza seja registrada até a Cerimônia de Premiação.
9. Podem participar agências latinas e agências do mercado hispano americano, com trabalhos feitos diretamente para o público latino e/ou trabalhos feitos para outros públicos e veiculado globalmente. Agências não latinas mas que o trabalho foi direcionado para o mercado latino e/ou hispano americano também podem participar.

Inscrições

1. Não serão aceitas peças físicas cujas respectivas fichas de inscrição, não tenham sido preenchidas através do site do evento.
2. Cada peça deve ser inscrita apenas por um responsável e isso deve ser acordado previamente entre as partes interessadas. No caso de registro de duas inscrições para a mesma peça, será considerada apenas a primeira inscrição como válida.
3. A cada peça corresponderá uma inscrição. Peças que façam parte de uma campanha devem ser inscritas e pagas individualmente, embora possam ser exibidas em conjunto, no momento de sua avaliação.
4. Campanhas do tipo “teaser” em que cada peça tomada individualmente é de baixa relevância e onde o nome do anunciante, produto ou marca, aparece apenas uma vez, poderão ser consideradas como uma única inscrição.
5. Páginas de lançamento (launch pages) serão permitidas exclusivamente se não contiverem logo ou qualquer identificação da agência responsável, bem como qualquer outra identificação dos envolvidos na campanha. Uma breve sinopse da peça inscrita, seu título e o nome do cliente podem ser inclusas na página de lançamento. Não inscreva páginas de lançamento que levem a mais de uma peça.
6. As peças inscritas devem ser submetidas e acessíveis sem necessidade de login e password.

7. Uma peça pode ser inscrita em mais de uma categoria. Ou dependendo da categoria em mais de uma subcategoria. Considere e analise atentamente as categorias oficiais do Festival. Os jurados se reservam o direito de mover peças dentro de uma categoria no caso de entender qualquer inadequação.
8. Todos os formulários de inscrição devem ser totalmente preenchidos online, no site do Festival, incluindo valores e formas de pagamento. As inscrições serão consideradas oficialmente completas e finalizadas apenas no momento em que todo material exigido para inscrição esteja no banco de dados online e chegue aos escritórios da organização do WAVE FESTIVAL.
9. Todas as inscrições deverão ser armazenadas (cached) até o dia 17 de março de 2017. Todas as peças constantes do shortlist, bem como as premiadas, serão comparadas com as versões armazenadas para assegurar que seu conteúdo não foi alterado até a data de julgamento. Qualquer alteração da peça armazenada resultará em sua imediata desclassificação.
10. **O link deve estar em funcionamento durante o julgamento.** Peças que não possam ser acessadas pelos jurados devido ao longo tempo de espera no servidor não serão consideradas pelo Júri.
11. Considere com atenção as informações contidas em cada formulário, pois serão elas que servirão de orientação para divulgação e premiação. Se sua peça for premiada, os créditos publicados no site do Festival e comunicados publicamente serão os constantes das fichas de inscrição. As alterações serão possíveis até a finalização da inscrição. Após essa data mediante consulta à organização, respeitando o prazo limite até o dia 17 de março de 2017 e após esse prazo não será permitido nenhum tipo de mudança.
12. As peças podem ser apresentadas nos seguintes idiomas:
 - Para peça em língua portuguesa usar idioma original com legenda em espanhol ou inglês, ou a peça traduzida para o inglês.
 - Para peça em língua espanhola usar idioma original com legenda em português ou inglês, ou a peça traduzida para o inglês.
 - Para peça originalmente em inglês não é necessário legenda ou tradução.

É proibido nas legendas ou traduções alterar ou adaptar ao inglês usos específicos de linguagem, características socioculturais de cada país ou região, troca de nomes de personalidades locais e mudar trilha sonora. É preciso manter a concepção da ideia original.

Dentro do campo sinopse é possível colocar considerações adicionais com vista a esclarecer as peças em questões de linguagem, características socioculturais, etc.

É extremamente recomendado que a sinopse seja traduzida para o inglês já que, se premiada, a peça será divulgada internacionalmente.

Não citar ou se referir, em nenhum momento, ao nome ou logomarca da agência ou de qualquer dos envolvidos no desenvolvimento das peças e projetos inscritos.

Material e Formatos

As peças inscritas na CATEGORIA CYBER poderão ser associadas a uma **URL** (uma URL para cada peça inscrita), que deve levar diretamente à peça em questão, sem necessidade de login e password.

Todas as inscrições na subcategoria propaganda online devem mostrar a peça no contexto de uma página web onde foi originalmente exibida.

Por favor, não envie qualquer material físico. A Organização não aceitará vídeos demonstrativos em CDs.

Material de suporte

Imagem (digital) JPEG:

- . JPEG – no limite de até 10 MB, com 300 dpi.

Áudio:

- . MP3 com sampling rate de 44.1 kHz, estéreo e máximo de 10 MB por arquivo com duração de até 3 minutos.

Vídeo: para qualquer versão abaixo o vídeo deve ter **no máximo 2 minutos de duração**. É recomendável que o formato seja 16:9 wide screen

- . MOV - vídeo QuickTime deve estar entre 60 e 120MB
- . MP4 - entre 60 e 120MB
- . MPG - entre 60 e 120MB
- . FLV – Flash vídeo, com resolução de 720x480 até 60MB

Para mais informações, contate os organizadores em lcalabria@grupomm.com.br ou através do fone + 55 11 3769.1625.

Preço de Inscrição

O valor de inscrição de cada peça é **US\$ 400,00**.

Subcategorias

A. CRAFT

1. Interface e Navegação
2. User Experience: envolvimento entre o consumidor e o produto
3. Storytelling: Criação de conteúdo utilizando plataformas digitais
4. Animação/motion graphics
5. Ilustração e design gráfico
6. Melhor uso de vídeo online
7. Melhor trilha/sound design
8. Melhor texto

9. Melhor fotografia
10. Soluções inovadoras para publicidade online: Uma maneira inovadora de usar uma tecnologia já existente. De usar uma tecnologia nova especificamente para uma marca. Ou uma solução inovadora para utilização de ideias online.

B. CAMPANHAS DIGITAIS

1. Alimentos e bebidas
2. Produtos e serviços automotivos
3. Beleza e artigos de higiene pessoal
4. Vestuário/Calçados/ Acessórios
5. Outros produtos de consumo (incluindo bens duráveis)
6. Serviços financeiros
7. Viagens/Entretenimento/lazer
8. Varejo e E-commerce
9. Publicações & Media (jornais, revistas, emissoras de TV e rádio, livros, filmes, discos, CDs, DVDs)
10. Produtos e serviços para empresas (telefonia empresarial, mobiliário de escritório, papelaria, serviços de telecomunicações, serviços de correio, agências de emprego, serviços de conferências e eventos)
11. Advertising e Media (agências de publicidade, produtoras, bancos de imagem, escritório de design, festivais de publicidade)
12. Serviços públicos comerciais (telecomunicações, prestadores de serviços: internet, luz, gás, páginas amarelas, escolas privadas)
13. ONGS, Associações, serviços públicos (saúde, segurança), mensagens de conscientização (anti-tabagismo, anti-drogas, contra uso de álcool ao volante, conscientização ambiental, prevenção de doenças, doação de sangue e órgãos)
14. Informações corporativas – patrocínios, mensagens de natal, fusões

C. PLATAFORMAS WEB - Site & Microsite

D. ONLINE ADS – native ads, rich media, banners

E. ONLINE VIDEOS

Aqui se considera peças criadas exclusivamente para execução online.

1. Vídeos Sociais
2. Vídeos interativos
3. Webséries
4. – Programas não interativos
5. Outro Vídeos - One-off vídeos, demonstrações de produtos, tutoriais, vídeos de marca destinados a um nicho de audiência.

F. SOCIAL

1. Plataforma de Interação

A criação de uma plataforma de propriedade social que uma marca possui, controla, e que oferece valor direto e significativo para a comunidade.

O aproveitamento das plataformas sociais de propriedade existente, a fim de criar um ecossistema digital.

2. Resposta Real-Time (incluindo crowdsourcing)

Podem utilizar plataformas sociais, a fim de responder a eventos mundiais, crises e outras atividades online/offline de uma forma significativa.

3. Uso de Co-Creation e Conteúdo gerado pelo usuário

4. Influenciadores/celebridades / blogueiros

Iniciativas sociais ou execuções que podem utilizar uma celebridade, um formador de opinião a fim de interagir com um público especializado.

5. Aplicativos /Ferramentas

Aplicação digital ou ferramenta projetada especificamente para uma plataforma social

6. Propósito Social.

Iniciativas sociais destinadas a envolver os consumidores através de experiências de alto impacto. As inscrições devem aproveitar os valores e cultura da marca, produto ou serviço tendo como foco um objetivo social. (não está limitado a iniciativas de responsabilidade social sem fins lucrativos)

7. Uso inovador de plataformas sociais

8. Community Content

G. JOGOS ONLINE

H. CAMPANHAS INTEGRADAS LEAD BY DIGITAL

(utiliza 3 ou mais plataformas digitais, serão permitidos peças offline desde que elas interajam com as peças digitais da campanha. É possível inscrever as peças separadamente nas subcategorias de CYBER, desde que a peça seja relevante de maneira independente)

I. INTERNET OF THINGS – DIGITAL OUT OF HOME

Experiências digitais em ambientes físicos (outdoors, instalações, realidade virtual, biotech, wearble tech), robotica.

J. BIG DATA

Animações e infográficos que expressam um conjunto de dados e utilização de um meio.