

Reglamento de la Categoría: CYBER

La razón del Festival

El WAVE FESTIVAL tiene como objetivo ofrecer a los profesionales y empresarios de la industria de la comunicación la oportunidad de promover sus trabajos a través de exhibición de su material más original y creativo, en un evento con propuesta única en toda América Latina y en el mercado hispanoamericano.

Fecha y Local

La fecha oficial del WAVE FESTIVAL IN RIO será los días 05 y 06 de Abril de 2017 y el mismo será realizado en Brasil / Rio de Janeiro en el Hotel Copacabana Palace:

Días 04 y 05: evaluación

Días 05 y 06: seminarios

Día 06 – Young Wave Circus

Día 06 – Ceremonia de Premiación

Fecha Final de las inscripciones.

El último día para finalizar su inscripción será **17 de marzo de 2017.**

Todos los materiales, documentación y pagos deberán haber sido recibidos por los Organizadores hasta esa fecha. Las inscripciones no podrán ser canceladas a partir del día 17 de marzo de 2017.

Evaluación

Un jurado internacional especializado juzgará las piezas.

Fases del Evaluación

1. El shortlist está definido por categoría y en él serán clasificadas las piezas que, a través de un sistema digital de votación y conteo, definido por categoría y en él serán clasificadas las piezas que, a través de un sistema digital de votación y apuración, hayan sido las mejor votadas.
2. En una segunda fase, en discusión abierta, los jurados apuran las piezas merecedoras de los WAVE ORO, PLATA Y BRONCE. Un Grand PRIX es seleccionado, también a través de discusión abierta, entre las piezas que merecieron Oro.
3. En cualquiera de las fases, el jurado cuya pieza este siendo evaluada no tiene permiso de voto. La decisión del Jurado será siempre considerada definitiva y soberana.

Premios

1. Los Premios serán atribuidos de la siguiente forma:
UN GRAND PRIX puede ser escogido en las CATEGORÍAS.
Los premios WAVE ORO, PLATA Y BRONCE en cada categoría recibirán un trofeo. Cada premio será atribuido a la empresa responsable por la inscripción de la pieza.

Tratamiento y Publicación de las Piezas

1. Todo material sometido al Festival se vuelve prioridad de los Organizadores y no será devuelto.
2. A los responsables por cada inscripción les podrá ser solicitado el envío de material adicional con vistas a la exhibición y divulgación de piezas constantes en el shortlist o premiadas. Ninguna pieza premiada o datos técnicos podrán ser alterados tras la evaluación en el caso de que sea solicitada para divulgación por el WAVE FESTIVAL.
3. Con el objetivo de promover y difundir el festival, los responsables por cada pieza entienden que su material pasará a formar parte del acervo permanente e histórico del Wave Festival, autorizando así a los organizadores para que utilicen ese material en presentaciones públicas o privadas, bien como utilizarlas en su propio material de divulgación o en piezas para comercialización.
4. Ese acervo histórico es de propiedad exclusiva de los Organizadores, no pudiendo, por lo tanto, ser divulgado, duplicado o copiado, en parte o su todo, de cualquier forma o para cualquier objetivo, sin autorización previa de la organización del evento.
5. Los Organizadores, asegurados por los responsables de cada pieza inscrita, entienden sus derechos para uso y comercialización de las piezas participantes del Festival; los responsables por cada pieza inscrita deberán estar al lado de los Organizadores en el sentido de aclarar y soportar cualquier demanda sobre la posterior utilización del material inscrito por la organización del Festival.
6. Las cargas de toda naturaleza será de los responsables por cada pieza inscrita, en el caso de cualquier acción legal acerca del material sometido al evento.
7. Los ganadores de los Premios GRAND PRIX, bien como WAVE OURO, PLATA o BRONCE en cualquier una de las categorías que componen el WAVE FESTIVAL podrán divulgar sus conquistas para fines promocionales o de prensa.
8. El no cumplimiento de cualquier regla expresa en los reglamentos del WAVE FESTIVAL resultará en la automática descalificación de la pieza inscrita.
9. Para todos los fines, a lo largo de todos los procesos y reglas relativas al WAVE FESTIVAL, las decisiones tomadas por los Organizadores serán obligatorias, finales y definitivas, no cabiendo a ellas la imputación de cualquier recurso.

Elegibilidad

1. El Festival está abierto para todos los involucrados en la industria de la Comunicación en toda América Latina.
2. Las inscripciones no pueden ser efectuadas sin autorización previa de los anunciantes propietarios de los derechos de comunicación de las piezas.

3. Todas las piezas inscritas en la categoría CYBER deben haber sido concebidas para ser efectivamente vehiculadas en Internet, bien como en otras plataformas digitales.
4. Todas las piezas inscritas deben haber sido producidas y vehiculadas según contratos comerciales pagos, firmados con clientes personas jurídicas, de empresas registradas y operantes. El cliente debe haber pagado todos o la mayor parte de los costes de divulgación en medios de comunicación. Excepción a las piezas inscritas en las categorías Caridad y Servicios Públicos, cuyos costes pueden haber sido negociados libremente. El Festival se reserva el derecho de solicitar documentos comprobatorios de la efectiva difusión de las piezas inscritas, con vistas a validar su veracidad en el caso de cualificación para shortlist o premiación.
5. Todas as peças inscritas deverão ter sido publicadas pela primeira vez entre 01 de Janeiro de 2016 a 31 de marzo de 2017.
6. Las piezas inscritas en el evento no podrán haber participado de ediciones anteriores.
7. Los organizadores podrán recusar inscripciones que ofendan sentimientos nacionales, religiosos o de gusto común.
8. Las piezas inscritas que hasta la fecha de la evaluación final hayan infringido cualquier norma legal de su país de origen dejarán de ser elegibles. Es deber del responsable por la inscripción notificar a los organizadores en el caso de cualquier violación de esa naturaleza sea registrada hasta la Ceremonia de Premiación.
9. Pueden participar agencias latinas del mercado hispano-americano, con trabajos hechos directamente para el público latino y/o trabajos hechos para otros públicos y vehiculado globalmente. Agencias no latinas pero que el trabajo haya sido direccionado para el mercado latino y/o hispanoamericano, también pueden participar

Inscripciones

1. Cada pieza corresponderá una inscripción. Piezas que hagan parte de una campaña deben ser inscritas y pagadas individualmente, aunque puedan ser exhibidas en conjunto, en el momento de su evaluación.
2. No serán aceptadas piezas físicas cuyas respectivas fichas de inscripción no hayan sido rellenadas a través del sitio del evento.
3. Cada pieza debe ser inscrita apenas por un responsable y debe ser acordado previamente entre las partes interesadas. En el caso de registro de dos inscripciones para la misma pieza, será considerada apenas la primera inscripción como válida.
4. Campañas de tipo “teaser” en que cada pieza tomada individualmente es de baja relevancia y donde el nombre del anunciante, producto o marca, aparece apenas una vez, podrán ser consideradas como una única inscripción.

5. Páginas de lanzamiento (launch pages) serán permitidas exclusivamente si no contienen logo o cualquier identificación de la agencia responsable, bien como cualquier otra identificación de los involucrados en la campaña. Una breve sinopsis de la pieza inscrita, su título y el nombre del cliente pueden ser incluidas en la página de lanzamiento. No inscriba páginas de lanzamiento que contengan más de una pieza.
6. Las piezas inscritas deben ser sometidas y accesibles sin necesidad de login y password.
7. Una pieza puede ser inscrita en más de una categoría. O dependiendo de la categoría en más de una subcategoría. Considere y Analice atentamente las categorías oficiales del Festival. Los jurados se reservan el derecho de mover piezas dentro de una categoría en el caso de entender cualquier inadecuación.
8. Todos los formularios de inscripción deben ser totalmente rellenados online, en el sitio del Festival, incluyendo valores y formas de pago. Las inscripciones serán consideradas oficialmente completas y finalizadas apenas en el momento en que todo material exigido para inscripción esté en el banco de datos online y llegue a las oficinas de la organización del WAVE FESTIVAL.
9. Todas las inscripciones deberán ser almacenadas (cached) hasta el día 17 de marzo de 2017. Todas las piezas constantes del shortlist, bien como las premiadas, serán comparadas con las versiones almacenadas para asegurar que su contenido no fue alterado hasta la fecha de la evaluación. Cualquier alteración de la pieza almacenada resultará en su inmediata desclasificación.
10. **El link debe estar en funcionamiento durante la evaluación.** Piezas que no puedan ser accedidas por los jurados debido a lo largo del tiempo de espera en el servidor no serán consideradas por el Jurado.
11. Considere con atención las informaciones en cada formulario, pues serán ellas las que servirán de orientación para divulgación y premiación. Si su pieza fuese premiada, los créditos publicados en el sitio del Festival y comunicados públicamente serán los constantes de las fichas de inscripción. Las alteraciones serán posibles hasta la finalización de la inscripción. Tras esa fecha mediante consulta a la organización, respetando el plazo límite hasta el día 17 de marzo de 2017 y tras ese plazo no será permitido ningún tipo de cambio.
12. Las piezas pueden ser presentadas en los siguientes idiomas:
 - Para pieza en lengua portuguesa utilizar el idioma original con subtítulos en español o inglés, o la pieza traducida para inglés.
 - Para pieza en lengua española utilizar el idioma original con subtítulos en portugués o inglés, o la pieza traducida para inglés.
 - Para pieza originalmente en inglés no es necesario subtítulos o traducción.

Se prohíbe en los subtítulos o traducciones alterar o adaptar al inglés usos específicos de lenguaje, características socioculturales de cada país o religión, cambio de nombres de

personalidades locales y cambiar la banda sonora. Es necesario mantener la concepción de la idea original.

Dentro del campo sinopsis es posible colocar consideraciones adicionales con vista a esclarecer las piezas en cuestiones de lenguaje, características socioculturales, etc.

Es extremadamente recomendado que la sinopsis sea traducida para inglés ya que, en el caso de que sea premiada, será divulgada internacionalmente.

No citar o se referir, en ningún momento, el nombre de la logo marca de la agencia o de cualquiera de los involucrados en el desarrollo de las piezas y proyectos inscritos.

Material y Formatos

Las piezas inscritas en la CATEGORÍA CYBER podrán ser asociadas a una URL (una URL para cada pieza inscrita), que debe llevar directamente la pieza en cuestión, sin necesidad de login o password.

Todas las inscripciones en la subcategoría propaganda online deben mostrar la pieza en el contexto de una página web donde fue originalmente exhibida.

Por favor, no envíe cualquier material físico. La Organización no aceptará videos demostrativos en CDs.

Material de soporte

Imagen (digital) JPEG:

- . JPEG – en el límite de hasta 10 MB, con 300dpi .

Audio:

- . MP3 con sampling rate de 44.1 kHz, estéreo y máximo de 10 MB por archivo con duración de hasta 3 minutos.

Vídeo: para cualquier versión abajo el vídeo debe tener **como máximo 2 minutos de duración.**

Es recomendable que el formato sea 16:9 wide screen.

- . MOV - vídeo QuickTime estar entre 60 y 120MB
- . MP4 - entre 60 y 120MB
- . MPG - entre 60 y 120MB
- . FLV – Flash, vídeo con resolución de 720x480 hasta 60MB

Para más informaciones, contacte a los organizadores en lcalabria@grupomm.com.br o a través del teléfono + 55 11 3769.1625.

Costes

El precio de la inscripción es de **US\$ 400,00.**

Subcategorías

A. CRAFT

1. Interface y Navegación
2. User Experience: involucramiento entre el consumidor y el producto
3. Storytelling: Creación de contenido utilizando plataformas digitales.
4. Animación/motion graphics
5. Ilustración y design gráfico
6. Mejor uso de vídeo online
7. Mejor banda sonora/sound design
8. Mejor texto
9. Mejor fotografía
10. Soluciones innovadoras para publicidad online: Una manera innovadora de usar una tecnología ya existente o una tecnología nueva específicamente para una marca. O una solución innovadora para la utilización de ideas online.

B. CAMPAÑAS DIGITALES

1. Alimentos y bebidas
2. Productos y servicios auto motivos
3. Belleza y artículos de higiene personal
4. Vestuario/Calzados/ Accesorios
5. Otros productos de consumo (incluyendo bienes durables)
6. Servicios financieros
7. Viajes/Entretenimiento/tiempo libre
8. Venta minorista y E-commerce
9. Publicaciones & media (periódicos, revistas, emisoras de TV y radio, libros, films, discos, CDs, DVDs) CAMPAÑAS DIGITALES
10. Productos y servicios para empresas (telefonía empresarial, Mobiliario de escritorio, papelería, servicios de telecomunicaciones, servicios de correo, agencias de empleo, servicios de conferencias y eventos)
11. Advertising y Media (agencias de publicidad, productoras, bancos de imagen, escritorio de design, festivales de publicidad)
12. Servicios públicos comerciales (telecomunicaciones, prestadores de servicios: internet, luz, gas, páginas amarillas, escuelas privadas)
13. ONGS, Asociaciones, servicios públicos (salud, seguridad), mensajes de concientización (antitabaquismo, antidrogas, contra uso de alcohol al volante, concientización ambiental, prevención de enfermedades, donación de sangre y órganos)
14. Informaciones corporativas – patrocinios, mensajes de Navidad, fusiones

C. PLATAFORMAS WEB - Site & Microsite

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

E. ONLINE VIDEOS

Aquí se consideran piezas creadas exclusivamente para ejecución online.

1. Vídeos Sociales
2. Vídeos interactivos
3. Web series
4. Programas no interactivos

5. Otros videos – One-off videos, demostraciones de productos, tutoriales, videos de marca destinados a un nicho de audiencia.

F. SOCIAL

1. Plataforma de Interacción

La creación de una plataforma de propiedad social que una marca posee, controla y que ofrece valor directo y significativo para la comunidad.

El aprovechamiento de las plataformas sociales de propiedad existente, con la finalidad de crear un ecosistema digital.

2. Respuesta Real-Time (incluyendo crowdsourcing)

Pueden utilizar plataformas sociales, con el fin de responder a eventos mundiales, crisis y otras actividades online/offline de una forma significativa.

3. Uso de Co-Creation u Contenido generado por el usuario

4. Influenciadores/celebridades / bloggers

Iniciativas sociales o ejecuciones que pueden utilizar celebridad, un formador de opinión que interactúe con un público especializado.

5. Aplicativos /Herramientas

Aplicación digital o herramienta proyectada específicamente para una plataforma social

6. Propósito Social.

Iniciativas sociales destinadas atraer los consumidores a través de experiencia de alto impacto. Las inscripciones deben aprovechar los valores y cultura de la marca, producto o servicio, no olvidando el foco social. (No esta limitado a iniciativas de responsabilidad social sin fines lucrativos)

7. Uso innovador de plataformas sociales

8. Community Content.

G. JUEGOS ONLINE

H. CAMPAÑAS INTEGRADAS LEAD BY DIGITAL

(utiliza 3 o más plataformas digitales, serán permitidas piezas offline desde que las mismas interactúen con las piezas digitales de la campaña. Es posible inscribir las piezas separadamente en las subcategorías de CYBER, desde que la pieza sea relevante de manera independiente)

I. INTERNET OF THINGS – DIGITAL OUT OF HOME

Experiencias digitales en ambientes físicos (outdoors, instalaciones, realidad virtual, biotech, wearable tech) robotica.

J. BIG DATA

Animaciones e infografías que expresan un conjunto de datos y utilización de un medio.