

Regulamento da Categoria: DESIGN

A razão do Festival

O WAVE FESTIVAL tem por objetivo oferecer aos profissionais e empresários da indústria da comunicação a 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 utilizá-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 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 e mercado hispano-americano.
2. As inscrições não podem ser efetuadas sem autorização prévia dos anunciantes proprietários dos direitos de comunicação das peças.
3. 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.

4. Todas as peças inscritas deverão ter sido publicadas pela primeira vez entre entre 01 de Janeiro de 2016 a 31 de março de 2017.
5. As peças inscritas no evento não poderão ter participado de edições anteriores.
6. Os organizadores poderão recusar inscrições que ofendam sentimentos nacionais, religiosos ou o gosto comum.
7. 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.
8. 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 simultaneamente e em grupo, 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. 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.
6. 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 ao escritório da organização do WAVE FESTIVAL.

7. 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 a organização, respeitando o prazo limite até o dia 17 de março de 2017 e após esse prazo não será permitido nenhum tipo de mudança.

8. 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.

9. 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

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.**

- . 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

É recomendável que o formato seja 16:9 wide screen.

É extremamente recomendável que se utilize um vídeo explicativo. Este vídeo será usado tanto para os jurados compreenderem o trabalho quanto para apresentação no auditório no momento da Cerimônia de Premiação, caso a peça seja vencedora.

Imagem (digital) JPEG

. JPEG – no limite de até 10 MB, com 300dpi e padrão CMYK – formato impressão

É recomendável uma PRANCHA DE APRESENTAÇÃO FÍSICA enviada no seguinte formato:

- A2 (40cm x 60cm), materiais enviados acima dessa medida serão desclassificados, em papel cartão ou outro material resistente e leve para suporte, laminada ou plastificada para facilitar a manipulação e proteger a peça.

Cada PRANCHA (física e digital) deverá utilizar apenas uma lâmina/página e deverá conter um sumário da campanha em questão. Essa apresentação deve conter algumas imagens-chave do trabalho e do conceito adotado. O texto (não deve haver mais que 100 palavras) da prancha pode vir no idioma original seguido de uma sinopse em inglês, ou a PRANCHA já vem traduzida para o inglês.

Nota: Em nenhum dos espaços das PRANCHAS DE APRESENTAÇÃO deverão aparecer citações ou referências a agência ou qualquer dos envolvidos no desenvolvimento das peças e as peças deverão ter colocadas atrás à etiqueta de identificação.

As pranchas físicas serão utilizadas para julgamento e exibição caso seja vencedor.

Endereço de envio das peças:

Depois de finalizada a inscrição pelo site, será gerada a ficha de inscrição (um arquivo em extensão PDF) e no final dele a etiqueta onde constarão os dados de identificação da inscrição. Essa etiqueta deve ser impressa e colada em todo material físico que for enviado para a organização do evento.

Enviar todo material físico cada um com a etiqueta de identificação colada/adesivada para:

Meio & Mensagem – Setor de Eventos
Rua Catequese, 227 – 6º andar
Butantã – São Paulo/SP
Brasil - CEP: 05502-020

Para mais informações, contate os organizadores em lcalabria@grupomm.com.br ou pelo telefone: +55 11 3769.1625.

Preço de Inscrição

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

SUBCATEGORIAS

A. DESIGN GRÁFICO

1. Identidade de Marca
2. Logos e trademarks - novos ou redesenhados.

- 3. Posters, flyers, tickets, convites, cartões postais, cartões de Natal e de Congratulações.**
- 4. Calendários**
- 5. Publicações**
Livros, Relatórios Anuais, Catálogos, Brochuras/Folhetos, mídia/press kits, etc.
- 6. Ponto de Venda**
Merchandising no espaço interno de lojas e áreas de venda, display de produtos, sinalizações.
- 7. Broadcast design**
Branding para canais de televisão, comunicação visual e branding para programas de televisão, vinhetas gráficas (Nota: não inclui promos ou trailers de TV).
- 8. Design para Ambientes Externos - Semi-permanentes**
Espaços de varejo temporários, displays sazonais, unidades móveis para demonstrações, estandes para eventos, trade shows, apresentações e demonstrações de produtos e temas. Experiências de marca pelo consumidor. E eventos ao vivo.
- 9. A09. Design para Ambientes Externos - Permanentes**
Espaços de varejo permanentes, lojas-conceito, show rooms, museus, galerias e mostras, incluindo toda espécie de interiores inspirados em comunicação de marcas. Pode incluir experiência de marca pelo consumidor. E eventos ao vivo.
- 10. A10. Auto-promoção**
Qualquer tipo de peça que promove a própria agência/estúdio.
- 11. Data Visualisation & Design**
Representação visual dos dados. A visualização de dados transforma números em algo que pode impressionar e influenciar as pessoas. Um visual content.

B. DESIGN DE EMBALAGENS

Atenção: as peças inscritas nestas categorias abaixo devem ter como finalidade promover, embalar, demonstrar/exibir e vender as seguintes categorias de produtos.

Só é possível inscrever em apenas uma subcategoria B.

1. Alimentos

Carnes, peixes, frutos do mar, frutas e verduras, legumes, batatas e raízes, arroz, massas, pizzas, molhos, maioneses, vinagres, ervas e especiarias, óleos e azeites, pimentas, farinhas, açúcares e adoçantes, pães, alimentos pré-preparados, alimentos infantis, leites e derivados (manteigas, queijos, requeijões, iogurtes, etc.), cereais e crispis matinais, cremes e sopas, ovos e margarinas, chocolates, balas, gomas de mascar, snacks (salgadinhos), nozes e frutas secas, barras de cereais, bolos, biscoitos, bolachas, geléias, mel, xaropes, sobremesas, sorvetes.

2. Bebidas Alcoólicas

Cervejas (inclusive cervejas não-alcoólicas), cidras, vinhos, champanhes, licores, destilados.

3. Bebidas Não-Alcoólicas

Cafés, chás, achocolatados, carbonatados, isotônicos, sucos, águas.

4. Cosméticos, Higiene & Beleza e Uso Pessoal

Maquiagens, perfumes, esmaltes e protetores para unhas, desodorantes, shampoos e condicionadores, sabonetes, gel e mousses para cabelo e pele, sprays de cabelo, sais de banho, protetores solares, cremes hidratantes, pastas de dente, produtos de higiene bucal, fios dentais, lentes de contato, papéis-higiênicos, guardanapos, sabões de barba, cremes de depilação, tampões e absorventes femininos, repelentes, crèmes para pele, preservativos, remédios.

5. Produtos de Limpeza e Manutenção do Lar

Detergentes, sabões, sabões em pó e saponáceos, amaciantes, produtos de limpeza e manutenção doméstica, inseticidas, filmes e papéis especiais para embalagem e manutenção de alimentos, graxas e material para polimento de sapatos, colas de madeira e plásticos, ceras para polimento doméstico, tintas, fertilizantes.

6. Produtos de Uso Doméstico

Utensílios de cozinha, linhas de cama, mesa e banho, ferramentas, suprimentos de decoração e reforma, ferramentas para jardinagem, louças.

7. Equipamentos Domésticos e Suprimentos Automotivos

Máquinas de lavar e secar roupa, máquinas de lavar e secar louças, geladeiras e freezers, ferros de passar roupa, liquidificadores, batedeiras, fornos micro-ondas, chuveiros, metais de cozinha e banheiros, aquecedores, ares-condicionados, equipamentos de jardinagem, detectores de fumaça, coifas, louças de cozinha e banheiro, cerâmicas e cristais, material de decoração doméstica, azulejos e papéis de parede, materiais de reforma doméstica, abajures e luminárias, relógios domésticos, pneus, peças e acessórios automotivos (incluindo aparelhos de áudio para automóveis), óleos automotivos, combustíveis automotivos.

8. Eletroeletrônicos e Equipamentos Audio-Visuais

Televisores, vídeo e áudio players, equipamentos e acessórios de home-theaters, câmeras de foto e vídeo, computadores, celulares, MP3 players, computadores pessoais, pagers, smartphones, brinquedos e consoles de games eletrônicos, binóculos.

9. Roupas, sapatos e acessórios

Roupas, sapatos sociais e esportivos, cintos, meias, abotoaduras, lenços, linhas e material de costura e armarinho, bolsas, carteiras, malas, óculos, relógios, jóias e bijuterias, produtos de moda e afins, canetas, produtos e acessórios de tabaco (cigarros não-inclusos), presentes, papelaria e material para escritório, brinquedos, consoles de jogos eletrônicos, jogos para computador.

10. Outras

C. DESIGN CRAFT

(podem inscrever em Craft as peças submetidas em outras subcategorias de Design)

1. Ilustração
2. Fotografia
3. Tipografia

D. DIGITAL & INTERACTIVE DESIGN

1. Design DIGITAL Online

Websites, microsites, banners, rich online media, UX, engajamento social através do design, etc.

2. Design DIGITAL offline

CD-Roms, quiosques touchscreens, instalações digitais, etc.

E. DESIGN DE PRODUTO

Essa subcategoria celebra ideias de produtos criados por marcas e para marcas como soluções criativas de comunicação e experiências com os consumidores.

O júri vai considerar se o o projeto expressa os valores de uma marca através de vários elementos: forma, função, usabilidade, estética, produção, pesquisa e manufatura.