

## Regulamento do Concurso Social do 20º Fest'in - 2021

**Tema do Concurso: Em tempos de tecnologia, como ser mais humano?**

### Artigo I

Poderão participar do Concurso Social do 20º Fest'in grupos de alunos de uma mesma faculdade, inscritos em qualquer etapa dos cursos superiores de Comunicação, compostos por um mínimo de 3 e um máximo de 5 integrantes. Para fins de validação da inscrição dos trabalhos.

### Artigo II

A comissão organizadora do 20º Fest'in se responsabilizará pela seleção e julgamento das peças inscritas, das quais sairão o *shortlist* e as premiações de 1º, 2º e 3º lugares da campanha. O *shortlist* será revelado na manhã do último dia do evento, dia 29/05 (sábado) durante a transmissão online. Ao final da manhã, revelaremos ao vivo, também durante a transmissão online do evento, os três primeiros lugares.

### Artigo III

É obrigatória a entrega de **todas as peças relacionadas da campanha** de **forma online** através do preenchimento da ficha de inscrição do concurso no site do evento [www.festin.com.br](http://www.festin.com.br). As equipes estarão livres para apresentar outras peças e ações que julgarem relevantes ao desenvolvimento do conceito criativo de sua campanha, além das obrigatórias.

### Artigo IV

A APP Ribeirão se reserva ao direito de utilizar a campanha vencedora, promovendo as adaptações que julgar necessárias para sua produção, sem alterar o conceito básico das peças. O roteiro do filme da campanha vencedora **poderá ser produzido** por profissionais de produtoras parceiras da APP Ribeirão e doada para veiculação nos canais de mídia apropriados (TV e/ou online), desde que haja disponibilidade e interesse, tanto de produtoras em produzir o material, bem como dos canais de mídia em veicular a peça.

### Artigo V

O material da campanha deverá ser subido (upload) em nuvens como (One drive, Google drive, Dropbox, entre outros) para que no momento do preenchimento da ficha de inscrição no site do FESTIN [www.festin.com.br](http://www.festin.com.br) o link seja postado diretamente na ficha. Não serão aceitos trabalhos impressos, enviados pelo correio, ou em links temporários, como o Wetransfer.

### Artigo VI

No julgamento da CAMPANHA, serão eleitas e premiadas as 3 (três) melhores campanhas (premiações bronze, prata e ouro). A melhor campanha será laureada com

o troféu “Prêmio Universitário”, e todos os três primeiros lugares receberão prêmios para a equipe (não é individual) de acordo com o que consta neste artigo do regulamento do Festival:

**1º lugar** – Curso Facebook e Instagram Ads e produção de conteúdo - online (Universo do E-commerce) + vale de 200 reais para consumo no Kikito Bar em Ribeirão Preto + Kit da Cervejaria Maltesa + 01 vaga de estágio temporário (imersão) na ETUS, sem remuneração, de 2 a 3 meses (remoto e/ou presencial) + 2 troféus (1 para a agência e um para a faculdade).

**2º lugar** – Curso Fotografia/tratamento – online (Estúdio Luz) + vale compras de 250 reais na Docepan + 2 troféus (1 para a equipe e um para a faculdade)

**3º lugar** — Curso Imersão de Oratória - online (Oficina Literária Puntel) + vale compras de 150 reais (carnes para churrasco) na Bendito Beef + 2 troféus (1 para a equipe e um para a faculdade)

\* Lembrando que na premiação apenas os cursos são individuais. Os demais prêmios de cada posição **NÃO SÃO INDIVIDUAIS** e sim para a equipe/agência, que administra da maneira como achar melhor.

## Artigo VII

A comissão organizadora do Fest'in é soberana para proceder com alterações que julgar necessárias, no decorrer da organização do evento.

## Artigo VIII

Os membros das equipes participantes declaram que são os legítimos e exclusivos autores dos trabalhos, respondendo por quaisquer danos a terceiros por eventuais infrações que representem a violação de quaisquer direitos, inclusive o de propriedade intelectual e industrial; e concordam em doar integralmente e gratuitamente os direitos autorais patrimoniais das peças inscritas neste concurso, através da assinatura de documento específico para esta finalidade, em ato a ser conduzido após a revelação dos ganhadores do concurso.

O ato da inscrição implica na aceitação integral dos termos deste regulamento.

## Artigo IX

Sobre os valores de inscrições e links no site. Temos dois links no site para inscrições:

- 1) **Inscrição da campanha para o concurso social:** Neste link equipes de alunos da mesma faculdade de Comunicação inscrevem quantas campanhas quiserem para concorrer ao concurso social deste ano, com o tema: “**Em tempos de tecnologia, como ser mais humano?**”

**ATENÇÃO:** É necessário antes de começar a preencher a ficha de inscrição, já ter subido os arquivos da sua campanha em um drive e ter o link disponível para colar na ficha. Também para quem não é de faculdade patrocinadora do evento, é necessário já ter efetuado a transferência via PIX ou depósito do valor de inscrição da peça para a APP Ribeirão. Será necessário o print ou a foto do comprovante para anexar na ficha de inscrição.

**Valor de inscrição da campanha no concurso social Estudantes das universidades patrocinadoras do Fest'in (logos estão no site): GRATUITO**

**Estudantes das demais universidades: R\$ 50 reais por campanha inscrita**

Para pagamento via transferência PIX da APP Ribeirão utilize o CNPJ 54.164.348/0001-43

Para depósito bancário comum utilize:

APP Ribeirão: Banco Santander 033

Agência 0019 - c/c: 13008716-2

CNPJ: 54 164 348/0001-43

- 2) **Inscrição para assistir as palestras MASTERS do evento:** Neste link alunos, profissionais do mercado e associados podem se inscrever para assistir as palestras indicadas na programação do evento como PALESTRAS MASTERS. **ATENÇÃO:** As demais atividades NÃO SINALIZADAS como masters são gratuitas para todos. Não é necessário inscrição. Fazer a inscrição individual para receber o link APENAS das palestras MASTERS.

**Valor de inscrição ÚNICO para todas as palestras MASTERS.**

**Estudantes das universidades patrocinadoras do Fest'in (logos estão no site e associados da APP): GRATUITO**

**Estudantes das demais universidades e profissionais do mercado não-sócios da APP: R\$ 50 reais, taxa única para todas as palestras masters.**

Para pagamento via transferência PIX da APP Ribeirão utilize o CNPJ 54.164.348/0001-43

Para depósito bancário comum utilize:

APP Ribeirão: Banco Santander 033

Agência 0019 - c/c: 13008716-2

CNPJ: 54 164 348/0001-43

## Artigo X

Perguntas frequentes sobre as inscrições:

- O valor de R\$ 50 reais para inscrever a campanha no concurso social para quem não é de faculdade patrocinadora é por peça inscrita ou para cada estudante que está na equipe? **Resposta: O valor é ÚNICO para cada campanha inscrita. Exemplo: Se a equipe tem 3, ou 6 alunos que fizeram a campanha, o valor pago é o mesmo, apenas 50 reais por campanha inscrita.**
- Estou em uma equipe que inscreveu a campanha e pagamos os 50 reais porque não somos de faculdades patrocinadoras. Quando for me inscrever para as palestras MASTERS tenho que pagar os 50 reais novamente? **Resposta: Sim. A opção de se inscrever para as palestras masters é individual. Lembrando que todos podem participar GRATUITAMENTE das outras atividades QUE NÃO SÃO MASTERS e abertas para todos, sem necessidade de inscrição.**
- Sou estudante de universidade patrocinadora do Fest'in. Quer dizer que posso inscrever quantas campanhas eu quiser e também me inscrever nas palestras MASTERS sem pagar nada? Tudo liberado e gratuito? **Resposta: Sim. Tudo gratuito para quem é de universidade patrocinadora. São os logos que estão no site do evento [www.festin.com.br](http://www.festin.com.br). Desde que você NÃO SE ESQUEÇA de preencher a ficha de inscrição corretamente. Validaremos as informações com os coordenadores das universidades.**

O 20º Fest'in acontecerá de 17 a 29 de MAIO de 2021 no formato ONLINE. Todas as informações de acesso e inscrições estão no SITE do evento. [www.festin.com.br](http://www.festin.com.br)

## BRIEFING DE CRIAÇÃO DO CONCURSO SOCIAL DO 20º FEST'IN / 2021

O Fest'in, Festival de Inovação e Criatividade, é um evento voltado aos estudantes, visando o aprimoramento e a ampliação dos conhecimentos na área de comunicação. O concurso social está inserido na sua programação porque busca o engrandecimento e enriquecimento do perfil do futuro profissional do mercado, além de representar uma importante ação da APP Ribeirão junto à sociedade, demonstrando a importância da propaganda para a disseminação de temas de interesse coletivo.

Veja as informações necessárias sobre este case no briefing abaixo:

**CLIENTE/INICIATIVA:**  
**APP RIBEIRÃO**

**ENTREGA DOS MATERIAIS DO CONCURSO:**  
Entrega ONLINE. Até dia 14/05/2021 (6ªf) – Através da ficha de inscrição no site [www.festin.com.br](http://www.festin.com.br) conforme regulamento acima.

**TEMA:**  
“Em tempos de tecnologia, como ser mais humano?”

### INTRODUÇÃO E JUSTIFICATIVA

O mundo como conhecíamos não é mais o mesmo e a maioria dos segmentos no mercado está se adaptando à versão digitalizada. Reforçamos ferramentas e comportamentos adotando o e-commerce, home office, videoconferências, lives, enfim, são diversas as possibilidades. Ampliar a atuação on-line é um processo que, devido ao avanço da tecnologia, naturalmente aconteceria. A pandemia acelerou o inevitável. Mas o que podemos fazer diante de tudo isso?

Para entender a importância da humanização da tecnologia vale pensar em como você se relaciona com as pessoas. Elas são diferentes e, quando as encontra, você reage de forma adequada à personalidade e preferências de cada uma delas. A humanização de processos passa por uma [mudança cultural](#). Nela, os processos precisam ser vistos além de sua utilidade instrumental ou tecnicista. Em outras palavras, não basta programar um algoritmo para abrir uma porta automaticamente e na hora certa, é preciso encontrar uma forma de fazer isso demonstrando alguma característica humana, como a gentileza.

Continuamos valorizando experiências de interação inspiradoras, lúdicas e emotivas. Há algo na descrição poética de um pôr do sol que não pode ser vivenciado na possibilidade de, por exemplo, adiantar uma tarefa de trabalho enquanto se é conduzido por um veículo autônomo. Por outro lado, você pode usar o período de viagem para observar a paisagem e, quem sabe, observar o sol por si mesmo, em vez de depender do talento do poeta. Do mesmo modo, qualquer empresa pode elaborar modelos de negócio que entreguem uma experiência personalizada, íntima e humana.

é preciso aprimorar a capacidade dos algoritmos de entender o [contexto dos dados](#). Um exemplo simples: quando alguém digita o termo 'panela' no Google, muito provavelmente está fazendo alguma pergunta relacionada ao utensílio e não apenas manifestando um interesse pelos tipos de panelas existentes. Pode ser curiosidade sobre a mais adequada para cozinhar um prato específico ou uma pesquisa da faculdade sobre o mercado de panelas. Tenha em mente que há uma profunda mudança social em curso. O centro do tema em questão é muito mais sobre como desejamos viver do que sobre como queremos comprar. Isso significa que, de um espectro mais amplo, a humanização da tecnologia implica elaborar a transformação para nos servir, em vez de nos colocar a serviço dela.

## QUE MENSAGEM BUSCAMOS NA COMUNICAÇÃO DO CONCURSO DO 20º FEST'IN?:

**A comunicação desta campanha tem os seguintes objetivos:**

### **Público-alvo:**

Todos que de alguma forma utilizam da tecnologia para se comunicar, comprar, trabalhar, estudar entre tantas outras funções que a tecnologia adquiriu, principalmente com a pandemia, de aproximar as pessoas, ainda que mantendo todos distantes. A sugestão é que seja definido um público específico e até o direcionamento através de uma ou mais personas.

### **Objetivos da comunicação:**

- Ampliar o conhecimento sobre o uso da tecnologia e o que é humanização.
- Estimular a reflexão sobre nosso comportamento diante do uso da tecnologia.
- Estimular práticas mais humanas no uso da tecnologia, principalmente na forma de se comunicar, atrair e conectar o outro.
- Auxiliar marcas e serviços a compreender que é preciso humanizar sua comunicação e processos para estar próximo de possíveis clientes, sem tornar essa relação puramente venda de produtos.

### **Posicionamento na comunicação:**

- A experiência é mais importante que a tecnologia;
- Interações mais humanas e emocionantes são essenciais para manter qualquer negócio relevante e valioso.
- Pessoas se relacionam com pessoas e não robôs.
- Quem vai continuar sendo o responsável por garantir o “tom humano” das relações é um ser humano.

### **Informações relevantes para o contexto das ideias de comunicação:**

- De acordo com a Gartner, a tecnologia irá conduzir o marketing nos próximos anos e a maioria das iniciativas de marketing exigirá uma nova abordagem de TI.
- É preciso identificar as tendências de mercado, que vão além de se preparar para o futuro, mas também de compreender o presente.
- A pandemia levou o relacionamento entre marcas e consumidores para outro nível. Em pouco tempo as redes sociais se tornaram palco para que usuários acompanhassem de perto cada passo dado por todo tipo de organização.

- Além do combate às fake news por parte de companhias como Facebook e Microsoft, acompanhamos grandes nomes como Nintendo e até Tesla se prontificaram a apoiar a produção de equipamentos como respiradores.
- Aos poucos vimos discursos inspiradores ganharem espaço em campanhas publicitárias de marcas como Apple e começamos a nos sentir mais próximos de empresas que demonstraram preocupação ainda maior com o bem-estar de seu público.
- Empresas como Samsung e SambaTech disponibilizaram cursos e plataformas gratuitas para os usuários durante a pandemia.
- O marketing humanizado (people marketing) é uma tendência que deve ser observada por sua capacidade de potencializar outras estratégias no meio digital. Estima-se que colocar o people marketing em prática na sua empresa tem o poder de aumentar em até 3,5 vezes suas vendas. Isso porque a humanização permite compreender melhor o processo pelo qual o usuário passa, desde o momento da dúvida, até o da contratação, permitindo maior assertividade nas ações realizadas pelo seu time.
- Segundo pesquisa da The Nielsen Company (2009) sobre valores, confiança e envolvimento com publicidade, a opinião de outros consumidores e a indicação de amigos são abordagens de grande eficiência na publicidade. Dito isso, fica claro constatar como o marketing humanizado se destaca como uma excelente ferramenta, se aplicada com sucesso.

### **Referências de campanhas:**

O universo publicitário é pleno de exemplos de campanhas premiadas internacionalmente e nacionalmente com o tema. Aqui separamos algumas inspirações recentes para ativar sua criatividade. Mas lembre-se, originalidade em propaganda, é tudo!!

Case Campanha da We para o Hospital São Camilo (humanização na saúde)

<https://propmark.com.br/agencias/campanha-da-we-para-hospital-sao-camilo-valoriza-humanizacao-na-saude/>

Case Exemplo Lu do Magalu

<https://youtu.be/FqBDzClw6fs>

Case Exemplo Bia do Bradesco

<https://youtu.be/k3brZzuC5Ug>

Real Beleza da Dove

<https://youtu.be/ll0nz0LHbcM>

Cremsp Humanização Medicina

[https://www.youtube.com/watch?v=H4ypezcl\\_f4](https://www.youtube.com/watch?v=H4ypezcl_f4)

Chipotle "The Scarecrow" (curta animação + game app).

<https://www.updateordie.com/2013/09/16/the-scarecrow-cultivando-um-mundo-melhor/>

Beauty Inside (Intell/Toshiba)

<https://www.monkeybusiness.com.br/blog/storytelling-emocionante-the-beauty-inside>

Drive in Project Honda (salvou os cinemas Drive nos EUA)

<https://causemarketing.com/case-study/honda-project-drive-case-study/>

## PEÇAS A SEREM DESENVOLVIDAS PARA O CONCURSO:

Os participantes deverão desenvolver uma campanha publicitária para o tema proposto, com conceitos claros, criativos, coerentes e únicos. O conceito criativo da mensagem da campanha deverá ser desenvolvido em 5 peças publicitárias obrigatórias (abaixo relacionadas), podendo também ser expresso em outras peças de caráter não obrigatório.

### PEÇAS DE CRIAÇÃO OBRIGATÓRIAS:

**Produção de um filme para a internet:** o grupo deverá criar, roteirizar, produzir e editar um vídeo (de até no máximo 2 minutos) para a internet, desenvolvendo a mensagem com o tema da campanha; Aqui vale um vídeo case da ideia da própria campanha, um monstrinho, um storytelling, uma experiência sobre o conceito, vídeo com câmeras escondidas, ou até mesmo uma edição utilizando cenas de bancos de imagem, desde que respeitando aquelas que tem direitos de uso liberados. **(exportar em mpeg, mpg)**

**Roteiro para um Comercial de TV** – Roteiro de um VT no formato de 30', para ser veiculado em TV aberta, sendo que os 3 segundos finais deverão ser reservados para a inserção da logomarca de apoio do veículo (não é para gravar o VT, apenas roteiro. A produção de um storyboard do roteiro é opcional). (entrega em PDF ou WORD).

**Peça conceito/Revista/cartaz** – *layout* de uma página (formato 21 x 28 cm), sem limite de número de cores, **em formato digital (PNG ou JPG).**

**Post para Facebook e Instagram** – tamanho padrão quadrado 1080 x 1080. É permitido entregar mais de uma opção de posts. É permitido a criação de posts no formato carrossel. São permitidos arquivos em movimento (GIFS)

**Atenção aqui. É obrigatório:**

Entregar o arquivo separado da peça (ou peças) em PNG ou JPG;

Entregar o arquivo em mockup nas redes com o texto de apoio;

Entregar o texto de apoio de cada peça digitado no formato DOC (Word). Se houver mais de uma peça, pode colocar todos os textos em um DOC só do Word.

**Stories para Facebook e Instagram** - tamanho padrão vertical 1080 x 1920. É permitido entregar mais de uma opção de posts. É permitido a criação de posts no formato carrossel para stories. São permitidos arquivos em movimento (GIFS)

**Atenção aqui. É obrigatório:**

Entregar o arquivo separado da peça (ou peças) em PNG ou JPG;

Entregar o arquivo em mockup nas redes.

*Obs1.: o envio de trabalhos incompletos, que não contemplem uma ou mais peças obrigatórias, poderá implicar na desclassificação do trabalho.*

*Obs2.: as equipes estarão livres para apresentar outras peças e ações que julgarem relevantes ao desenvolvimento do conceito criativo de sua campanha.*

## ASSINATURA DA CAMPANHA

Assina a campanha

INICIATIVA: Logomarca da APP Ribeirão

Arquivo disponível no site [www.festin.com.br](http://www.festin.com.br).

### CRITÉRIO DE JULGAMENTO

As campanhas serão julgadas por profissionais do mercado regional, de agências e veículos, tendo em vista:

- Criatividade;
- Clareza, objetividade e assertividade da mensagem;
- Ineditismo na abordagem; (Ninguém nunca viu!)
- Desenvolvimento do tema adequado as diferentes mídias, mantendo a coerência, unidade e **força da mensagem central** da campanha em todas as peças publicitárias produzidas.

Dúvidas sobre o regulamento, peças, valores procurem:

- os alunos representantes da APP Estudantil de sua faculdade;
- a coordenação de seu curso
- o telefone e WhatsApp da APP Ribeirão
- f: 16 3965-4853 | 16 99178.4305