REGULAMENTO DO 19º PRÊMIO UNIVERSITÁRIO DE PUBLICIDADE UFN

1) DISPOSIÇÕES GERAIS

1.1. Do Evento

A UNIVERSIDADE FRANCISCANA, CNPJ N° 95.606.380/0022-43, com sede à Rua Silva Jardim, nº 1417, na cidade de Santa Maria – RS, edita o presente Regulamento do 19º PRÊMIO UNIVERSITÁRIO DE PUBLICIDADE, que tem como objetivo avaliar, valorizar e premiar peças publicitárias criadas em atividades acadêmicas única e exclusivamente dos cursos de Publicidade e Propaganda, Rádio e TV, Cinema e Produção Audiovisual de Instituições de Ensino Superior do Brasil. Este instrumento regula todo o processo de inscrições dos trabalhos de cunho publicitário.

1.2. Da Comissão Organizadora

1.2.1. A Comissão Organizadora do 19º PRÊMIO UNIVERSITÁRIO DE PUBLICIDADE tem como missão planejar e cumprir o processo organizacional, operacional e administrativo das normativas deste Regulamento, de forma que atenda às expectativas do meio acadêmico e profissional.
1.2.2. A Comissão Organizadora é constituída pelos professores do curso de Publicidade e Propaganda da UNIVERSIDADE FRANCISCANA, coordenada pelo LINC – Laboratório Integrado de Comunicação.

1.3. Das Inscrições

1.3.1. As inscrições são gratuitas e encerram dia 19 de outubro de 2026.
1.3.2. Os trabalhos são inscritos on-line pelo site do prêmio, https://premiocomunica.ufn.edu.br/.
1.3.3. O aluno preenche as informações solicitadas pelo formulário de inscrição e pode inscrever quantas peças desejar.
1.3.4. Cada inscrição é referente a uma peça, com exceção das categorias que preveem a inscrição de campanhas.
1.3.5. As peças inscritas na categoria Campanha não poderão ser inscritas individualmente, sob pena de anulação da inscrição.
1.3.6. A identificação de todos os autores é obrigatória no sistema de inscrição e é de inteira responsabilidade do aluno que inscreve o trabalho.
1.3.7. Para garantir isenção no julgamento, as peças e defesas são identificadas pelo número da inscrição. Nas peças e defesas postadas, NENHUM AUTOR PODE SER IDENTIFICADO sob pena de desclassificação, exceto nos casos em que os autores atuem como modelos fotográficos, narradores e locutores ou intérpretes em peças audiovisuais.
1.3.8. A Comissão Organizadora do Prêmio tem autorização para divulgar as peças em qualquer meio que lhe convier, desde que sejam identificados os autores.

1.4. Do Julgamento

1.4.1. A premiação compreende as classificações OURO, PRATA e BRONZE de acordo com a avaliação do júri. É obrigatória a classificação nas categorias, ou seja, o trabalho melhor avaliado recebe Ouro e assim por diante.
1.4.2. A comissão julgadora pode alterar a categoria de um trabalho inscrito conforme seu entendimento sobre a adequação do mesmo.
1.4.3. É outorgado 01 Grand Prix para a melhor peça ou campanha, considerando-se todas as categorias. Para isso, acontece uma segunda avaliação exclusivamente entre os trabalhos premiados com OURO.
1.4.4. O júri pode conceder ainda MENÇÃO HONROSA aos trabalhos conforme critério próprio.
1.4.5. Os critérios de avaliação são: criatividade, originalidade e adequação.

1.4.6. Os jurados são profissionais do mercado publicitário, desde que não sejam docentes dos cursos de graduação de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda Rádio e TV, Cinema e Produção Audiovisual de IES.
1.4.7. A divulgação dos vencedores acontece na cerimônia de premiação, no dia 12 de novembro de 2026, às 19h, no Salão de Atos do Prédio 13, conjunto III da UFN em Santa Maria.

2) CATEGORIAS E FORMAS DE APRESENTAÇÃO

2.1. FOTOGRAFIA

2.1.1. Fotografia Publicitária

Fotografias em P&B ou coloridas com abordagem publicitária. Os trabalhos inscritos como Fotografia Publicitária não podem concorrer como Campanha.

2.1.2. Fotografia Livre

Fotografias P&B ou coloridas com tema livre. Os trabalhos inscritos como Fotografia Livre não podem concorrer como Campanha.

2.2. DESIGN GRÁFICO

Peças publicitárias estáticas destinadas aos meios impressos, eletrônicos e digitais em suas diversas formas de apresentação. Também concorrem nesta categoria as identidades visuais. Os trabalhos inscritos como Design Gráfico não poderão concorrer como Campanha.

2.3. AUDIOVISUAL

2.3.1. Filme publicitário

Comerciais audiovisuais para televisão e internet com duração máxima de três minutos. Os trabalhos inscritos como Filme Publicitário não podem concorrer como Campanha.

2.3.2. Vídeo livre

Formatos audiovisuais que não sejam filmes publicitários. Estão incluídos nesta categoria os videoclipes, ou seja, materiais audiovisuais que divulgam músicas, bandas e cantores. Os trabalhos inscritos como Vídeo Livre não podem concorrer como Campanha.

2.4. ÁUDIO

2.4.1 Áudio publicitário

Compõem esta categoria os spots (comerciais em áudio) e jingles (músicas comerciais com anunciante identificado em letra ou assinatura). Os trabalhos inscritos como Áudio Publicitário não podem concorrer como Campanha.

2.4.2. Áudio livre

Esta categoria inclui podcasts, radionovelas e outros formatos em áudio que não se enquadram na categoria 2.4.1. Os trabalhos inscritos como Áudio Livre não podem concorrer como Campanha.

2.5 CAMPANHA

2.5.1 Campanha Publicitária

Campanhas com a utilização de, no mínimo, três peças diferentes, com objetivos comerciais. Os trabalhos inscritos em Campanha Publicitária não podem concorrer como peças avulsas em outras categorias.

2.5.2. Campanha Social

Campanhas com a utilização de, no mínimo, três peças diferentes, com objetivos de cunho social. Os trabalhos inscritos em Campanha Social não podem concorrer como peças avulsas em outras categorias.

2.6. TRABALHOS DESENVOLVIDOS EM LABORATÓRIOS DIDÁTICOS

Peças individuais, de natureza impressa, em áudio ou em audiovisual ou campanhas (no mínimo três e no máximo cinco peças diferentes), também de natureza impressa, em áudio ou em audiovisual, criadas por equipes de laboratórios de Instituições de Ensino Superior do Brasil. As inscrições e a premiação são no nome dos alunos que participaram da criação e produção da peça ou campanha, ou seja, o nome do professor orientador não deve ser inscrito como autor. Os trabalhos inscritos nesta categoria não podem concorrer na categoria Campanha.

2.7. INICIANTE

Trabalhos de qualquer formato, de natureza impressa, em áudio ou em audiovisual, desenvolvidos pelos estudantes que cursam até o 3º semestre do curso. Os trabalhos inscritos nesta categoria não podem concorrer na categoria Campanha.

3) DAS TAXAS DE INSCRIÇÃO

3.1. As inscrições de trabalhos são gratuitas.

4) DO EVENTO DE PREMIAÇÃO

A entrega dos prêmios do 19º PRÊMIO UNIVERSITÁRIO DE PUBLICIDADE é presencial e ocorre no dia 12 de novembro de 2026, às 19 horas, no Salão de Atos do Prédio 13, do Conjunto III da UNIVERSIDADE FRANCISCANA (Rua Silva Jardim, nº 1175 – Santa Maria – RS).

5) DISPOSIÇÕES FINAIS

As decisões do Júri são soberanas e irrecorríveis. Toda e qualquer dúvida deverá ser encaminhada por escrito à Comissão Organizadora do 19º PRÊMIO UNIVERSITÁRIO DE PUBLICIDADE.