

REGULAMENTO FESTIVAL

HERIVELTO MARTINS DE JINGLES ELEITORAIS

**POLITICOM – ABCOP – INTERCOM – REVISTA IMPRENSA –UNIVERSIDADE PRESBITERIANA
MACKENZIE**

As entidades acima descritas, POLITICOM (Associação Brasileira de Pesquisadores e Profissionais de Comunicação e Marketing Político), ABCOP (Associação Brasileira de Consultores Políticos), INTERCOM (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), Universidade Presbiteriana Mackenzie/CCL e Revista IMPRENSA, promovem no dia 4 de agosto de 2011, no Mackenzie, Rua Piauí, 143, 11º andar, das 18 às 22 horas, o I FESTIVAL DE JINGLE ELEITORAL, dividido em duas categorias: estudantes de comunicação e profissionais. O Festival homenageará o compositor Herivelto Martins, um dos pioneiros do jingle eleitoral no Brasil., e oferecerá premiação de R\$ 6.500,00 (seis mil e quinhentos reais) aos vencedores .

1 – DEFINIÇÕES E OBJETIVOS

Artigo 1º. O Festival “Herivelto Martins” é destinado aos trabalhos experimentais exclusivamente produzidos por alunos de bacharelado e/ou especialização no âmbito dos cursos de Comunicação Social e suas habilitações; bem como para profissionais e músicos da área

§ 1º – Os trabalhos devem ser desenvolvidos por aluno, grupo de alunos ou agência escola, agência júnior ou outra denominação equivalente; bem como por profissionais e músicos da área;

§ 2º – Os trabalhos devem, obrigatoriamente, terem sido orientados por um docente, ou conjunto de docentes, respeitando-se as características dos projetos pedagógicos dos cursos; ou criados especialmente para este concurso por profissionais e músicos da área. Jingles que já foram veiculados em campanhas não serão permitidos.

Artigo 2º. Os objetivos principais do Festival “Herivelto Martins” são:

- a. Estimular a capacitação de profissionais para o desenvolvimento de campanhas eleitorais.
- b. Estimular o desenvolvimento de projetos experimentais que valorizem os jingles e abordem a temática da comunicação e do marketing político.
- c. Aprimorar o desenvolvimento de técnicas e procedimentos relacionados à produção de campanhas de comunicação e de marketing político do ponto de vista musical;
- d. Estimular a realização de campanhas experimentais em cenários simulados, envolvendo alunos, professores, profissionais e postulantes a cargos políticos eletivos.
- e. Promover o intercâmbio entre as escolas de Comunicação, professores, estudantes e profissionais da área;
- f. Apresentar à comunidade acadêmica e também ao mercado os projetos laboratoriais desenvolvidos de forma experimental na área de comunicação e marketing político; bem como a produção realizada por profissionais e músicos da área inscritos no concurso.

2 – DAS CARACTERÍSTICAS DOS TRABALHOS

Artigo 3º. Os jingles eleitorais deverão ter as características específicas de uma campanha simulada ao cargo de prefeito de uma cidade e respeitar as seguintes etapas:

a. Briefing do candidato contendo nome completo, partido a que pertence . Campanha para Prefeito:Nome do candidato:Numero do Candidato:Partido:Cidade;Vocação Econômica da cidade (Agropecuária, Turismo, Industrial, Comercio, Serviços etc.);Principal Bandeira da campanha, Slogan da campanha, e mencionar se o Jingle é para uma campanha de eleição ou reeleição do candidato.Os Jingles concorrentes devem apresentar a duração mínima de 30'' (trinta segundos) e máxima de 3'(três minutos).

b. Produção de materiais para mídias eletrônicas e digitais, respeitando-se a legislação vigente. Os tempos dos jingles não devem ultrapassar 3 minutos e os autores podem recomendar,mas não necessariamente apresentar, ritmos diferentes para a execução da peça central.

3 – DA INSCRIÇÃO

Artigo 4º. Cada instituição de ensino superior poderá inscrever quantos trabalhos quiser para concorrer ao Festival “Herivelto Martins”. O mesmo ocorre com os profissionais que forem inscrever os trabalhos.

§ 1º – A seleção dos trabalhos a serem inscritos é uma prerrogativa de cada instituição.

Artigo 5º - As inscrições dos trabalhos respeitam a seguinte cronologia :

a.Taxas de inscrição :Profissionais: R\$ 40,00 e para Estudantes R\$ 20,00

b. Datas de inscrição de 15 de abril a 15 de junho de 2011, através do site

c. As inscrições devem ser enviadas em formato MP3, através do site :

www.festivaldejingleeleitoral.mackenzie.br

Artigo 6º. Para efetivar a inscrição do trabalho, o aluno responsável deve estar inscrito no Congresso da Politicom. Já os profissionais ficam isentos desta obrigatoriedade.

§ 1º – Se não houver inscrição do aluno responsável no Congresso, o trabalho será excluído do concurso.

§ 2º – Se o trabalho foi feito por um grupo de alunos, agência escola ou agência júnior, os demais alunos poderão fazer a inscrição no Congresso.

§ 3º – O aluno que for apresentar o trabalho perante o júri deverá estar inscrito no Congresso.

§ 4º – Os alunos que participaram do trabalho e que não se inscreveram no Congresso não terão direito ao certificado de apresentação do trabalho, cabendo à instituição do qual o aluno faz parte orientá-lo nesse sentido.

Artigo 7º. Os profissionais podem participar apenas na data da apresentação dos seus respectivos trabalhos.

4 – DA APRESENTAÇÃO

Artigo 8º. O dia e horário da apresentação dos trabalhos para o júri já está definido pela organização do Congresso , a saber dia

- a. 4 de agosto, quarta-feira, das 18:30 às 22 horas, no Auditório do Edifício Reverendo Wilson, Universidade Presbiteriana Mackenzie, Rua Piauí, 143, 11º andar

Artigo 9º. A ausência do(s) aluno(s) e /ou profissionais inscrito(s) no dia da apresentação implicará na exclusão do trabalho do Prêmio “Herivelto Martins”.

Artigo 10º. A apresentação do trabalho deverá ser feita especialmente por aluno(s) inscrito(s) no Congresso, bem como pelos profissionais, podendo a interpretação dos jingles ser feita por músicos profissionais.

Artigo 11 º. A apresentação deverá ser feita em, no máximo, 3 (três) minutos.

§ 1º – A apresentação deverá ser feita com os recursos de áudio oferecidos pela instituição sede do I FESTIVAL DE JINGLES ELEITORAIS.

§ 2º – Recomenda-se que os representantes dos grupos de alunos e de profissionais estejam, pelo menos, 1 hora antes do início das atividades para fazer os testes necessários dos equipamentos para a apresentação dos trabalhos.

5 – DO JÚRI

Artigo 12º. O júri será composto por, pelo menos, 3 (três) membros que representem profissionais da comunicação e do marketing político e/ou instituições de ensino superior.

§ 1º – Não será permitida a participação de profissional ligado às atividades de comunicação e marketing político.

§ 2º – Não será permitida a participação de professor de outra área que não seja Comunicação Social.

§ 1º – Não será permitida a participação de profissionais e/ou professores que tenham algum tipo de vínculo com as instituições e/ou candidatos envolvidos com os trabalhos.

Artigo 13º. Os membros do júri serão indicados pelas diretorias da Politicom, Intercom e ABCOP, promotoras do Festival e informados aos concorrentes ao Prêmio somente no dia da apresentação dos trabalhos.

Artigo 14º. Compete ao júri:

a. Avaliar o trabalho de acordo com as normas estabelecidas neste regulamento.

- b. Avaliar o trabalho de acordo com a legislação eleitoral vigente.
- c. Contribuir para a orientação dos alunos, futuros profissionais e dos profissionais sobre a aplicação real das propostas apresentadas nos jingles.

6 – DO JULGAMENTO E DA PREMIAÇÃO

Artigo 15º. O julgamento será feito sobre os trabalhos escritos e sobre a apresentação com a atribuição de notas de 5 (cinco) a 10 (dez) com intervalos de meio ponto como se segue:

- a. nota para criação para a obtenção da média nCR – peso 0 a 2
- b. nota para produção para a obtenção da média nPR – peso 0 a 2
- c. nota para a apresentação para a obtenção da média nAP – peso 0 a 2
- d. nota final para adequação da criação e produção conjunto do trabalho para a obtenção da média nCO – peso de 0 a 4

§ 1º – A nota da alínea “d” será atribuída ao final de todas as apresentações dos trabalhos.

§ 2º – As notas de cada item serão somadas e divididas por três para a obtenção da média de cada quesito a ser considerada na fórmula para a obtenção da média final (Mf) de cada trabalho.

§ 3º – Ultrapassar o tempo de apresentação determinado no caput do artigo 12 implicará na perda de um ponto da média final (Mf)

Artigo 16º. A média final (Mf) das notas atribuída será determinada pela seguinte expressão a partir das médias das notas atribuídas pelo júri:

$$MF= nCR + nAP + n AP + nBR : 10$$

Artigo 17º. O vencedor do Prêmio “Herivelto Martins” será o trabalho que obtiver a maior média entre os trabalhos participantes.

§ 1º - Para efeito de desempate será considerado o seguinte critério:

1º maior média de nCR

2º maior média de nPR

3º maior média de nAP

4º maior média de nBR

§ 2º – Se o empate persistir a definição será feita a partir do consenso entre os membros do júri

Artigo 18º. A decisão do júri é suprema, incontestável e irrevogável.

Artigo 19º. O vencedor do Prêmio “Herivelto Martins” será agraciado com troféus e as seguintes premiações :

Valores da premiação

Estudantes: 1º lugar = R\$ 1.250,00

2º lugar = R\$ 750,00

3º lugar = R\$ 500,00

Profissionais: 1º lugar = R\$ 2.000,00

2º lugar = R\$ 1.000,00

3º lugar = R\$ 500,00,

Tal premiação será oferecida pelos promotores do I Festival De Jingles Eleitorais, a saber : POLITICOM (Sociedade Brasileira dos Pesquisadores e Profissionais de Comunicação e Marketing Político), ABCOP (Associação Brasileira de Consultores de Marketing Político); INTERCOM (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) e Universidade Presbiteriana Mackenzie.

§ 1º – Alunos da agência e professores orientadores ou grupo de alunos terão direito a um certificado de menção honrosa pelo prêmio a título de enriquecimento do currículo profissional. Neste caso, todos os alunos que desenvolveram o trabalho, independente da inscrição no Congresso terão direito ao certificado.

§ 2º – O certificado será emitido pela instituição sede do Congresso com a logomarca do evento e a chancela da Politicom, ABCOP, INTERCOM Universidade Presbiteriana Mackenzie e Revista IMPRENSA

Artigo 20º. A solenidade de premiação será feita na sequência da apresentação dos trabalhos

7 – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Artigo 21º. O Prêmio “Herivelto Martins” não representa qualquer indicação para contrato profissional, estágio e/ou vínculo empregatício entre alunos, candidatos, professores, profissionais e membros do júri envolvidos nos trabalhos e nas atividades relacionadas ao prêmio.

Artigo 22º Os trabalhos vencedores poderão ser publicados pela Politicom,ABCOP,Intercom,Revista IMPRENSA e Universidade Presbiteriana Mackenzie em mídias impressas, eletrônicas e digitais.

§ 1º - Ao fazer a inscrição o(s) autor(es), orientador(es), profissionais e pessoas envolvidas autorizam a publicação como forma de cessão de direitos para a Politicom,ABCOP, INTERCOM, Revista IMPRENSA e Universidade Presbiteriana Mackenzie para a publicação dos trabalhos.

§ 2º – É de responsabilidade do(s) autor(es) o contrato de cessão de uso de nome, imagem e voz das pessoas físicas e jurídicas envolvidas no trabalho, tais como candidatos, partidos, correligionários e eleitores, entre outros, ficando à critério da Politicom,ABCOP, INTERCOM ,Revista IMPRENSA e Universidade Presbiteriana Mackenzie a exigência da comprovação destes documentos no ato da inscrição do jingle.

8 – DO HOMENAGEADO

Ao criarem o I FESTIVAL DE JINGLE ELEITORAL, as entidades promotoras, POLITICOM (Sociedade Brasileira dos Pesquisadores e Profissionais de Comunicação e Marketing Político), ABCOP (Associação Brasileira dos Consultores Políticos), INTERCOM (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), Revista IMPRENSA E Universidade Presbiteriana Mackenzie, definiram por homenagear o compositor e cantor HERIVELTO MARTINS, Autor do Jingle: “A caixinha do Ademar” para a campanha de governador em 1960 em parceria com Benedito Lacerda, entre outros sucessos nos vários campos da composição e interpretação.

Artigo 23º -- Os organizadores nomeiam a seguinte Comissão Organizadora para o I FESTIVAL DE JINGLES ELEITORAIS “HELIVELTON MARTINS”

Presidente : Professor e maestro Kleber Maziero (Escola Superior de Propaganda e Marketing, ESPM); Professor Ismael de Lima Junior (Universidade Presbiteriana Mackenzie); Publicitária Gil Castilho (representante da ABCOP);

Artigo 24º. Os pontos omissos neste regulamento serão resolvidos pela diretoria da Politicom, ABCOP, INTERCOM e Universidade Presbiteriana Mackenzie.