EMENTÁRIO

1. MODALIDADE "JORNALISMO"

1.1) JO01 - Reportagem em jornalismo impresso e/ou digital

Modalidade voltada à produção de reportagens jornalísticas avulsas, publicadas em veículos impressos ou plataformas digitais, desenvolvidas no âmbito de disciplinas específicas dos cursos (no caso de estudantes universitários) ou no âmbito de veículos de comunicação profissionais (no caso de profissionais da área). A modalidade contempla diferentes formatos textuais desde que apresentem extensão mínima de 3.000 caracteres (com espaços). Assim, serão aceitos trabalhos que apresentem apuração jornalística, contextualização dos fatos, diversidade de fontes e aprofundamento do tema abordado:

a) Reportagem convencional;
b) Reportagem especial;
c) Grande reportagem (longform);
d) Reportagem multimídia de predominância textual.

PARA SUBMISSÃO: link de acesso do próprio arquivo, contendo a íntegra da reportagem, com identificação do título, autoria e veículo ou plataforma de publicação, quando houver. Não serão aceitos links ou QR Codes que redirecionam para pastas no Google Drive ou Dropbox.

1.2) JO02 - Produção audiovisual em jornalismo

Modalidade voltada à produção de conteúdos audiovisuais de caráter jornalístico, desenvolvidos em formatos seriados ou avulsos, para televisão, internet e outras plataformas de distribuição audiovisual, no âmbito de disciplinas específicas dos cursos (no caso de estudantes universitários) ou no âmbito de veículos de comunicação profissionais (no caso de profissionais da área). Serão aceitos, entre outros formatos que utilizem a linguagem audiovisual para informar, contextualizar e aprofundar temas de interesse público:

a) Documentários;
b) Séries documentais;
c) Reportagens;
d) Reportagens especiais ou expandidas.

PARA SUBMISSÃO: link de acesso ao vídeo ou à playlist, hospedado em plataforma digital e/ou streamings, como YouTube, Vimeo, Globoplay, entre outros. Em produções seriadas, o link deverá direcionar à lista completa de episódios. Não serão aceitos links ou QR Codes que redirecionam para pastas no Google Drive ou Dropbox.

1.3) JO03 - Produção em áudio

Modalidade voltada à produção de conteúdos jornalísticos em áudio, desenvolvidos em formatos seriados ou avulsos, para rádio, plataformas digitais e outros meios de distribuição sonora, no âmbito de disciplinas específicas dos cursos (no caso de estudantes universitários) ou no âmbito de veículos de comunicação profissionais (no caso de profissionais da área). Serão aceitos, dentre produções que utilizem recursos sonoros para informar, contextualizar e aprofundar temas de interesse público:

a) Programas radiojornalísticos;
b) Reportagens radiofônicas;
c) Podcasts;
d) Audiorreportagens;
e) Séries de reportagens em áudio.

PARA SUBMISSÃO: link de acesso ao arquivo de áudio ou à playlist, hospedado em plataforma digital, como Spotify, SoundCloud, entre outros. Em produções seriadas, o link deverá direcionar à lista completa de episódios. Não serão aceitos links ou QR Codes que redirecionam para pastas no Google Drive ou Dropbox.

1.4) JO04 - Produção em fotojornalismo

Modalidade voltada à produção de trabalhos fotojornalísticos, seriados ou avulsos, que utilizem a fotografia como principal recurso de informação, documentação e construção narrativa, no âmbito de disciplinas específicas dos cursos (no caso de estudantes universitários) ou no âmbito de veículos de comunicação profissionais (no caso de profissionais da área). Os trabalhos podem ser acompanhados de legendas, textos de apoio e

outros elementos complementares que contribuam para a contextualização das imagens. Serão aceitos:

a) Ensaios fotográficos;
b) Fotorreportagens.

PARA SUBMISSÃO: link de acesso ao arquivo hospedado em plataforma digital ou disponibilizado por meio de álbum virtual (Flickr ou similar). Recomenda-se que as imagens sejam disponibilizadas em resolução suficiente para apreciação dos aspectos técnicos e estéticos. Não serão aceitos links ou QR Codes que redirecionam para pastas no Google Drive ou Dropbox.

1.5) JO05 - Produção jornalística para mídias sociais

Modalidade voltada à produção seriada de conteúdos jornalísticos desenvolvidos exclusivamente para plataformas de mídias sociais, como Instagram, TikTok, Facebook, X (antigo Twitter), entre outras, no âmbito de disciplinas específicas dos cursos (no caso de estudantes universitários) ou no âmbito de veículos de comunicação profissionais (no caso de profissionais da área). As produções devem apresentar finalidade informativa e jornalística, considerando as especificidades de linguagem e circulação, sem contar repostagem e postagem compartilhada. Escolher no mínimo três (03) e no máximo seis (06) produções para avaliação. Serão aceitos:

a) Publicações estáticas;
b) Carrosséis;
c) Vídeos curtos e/ou reels;
d) Entre outros.

PARA SUBMISSÃO: devem ser indicados os links dos endereços eletrônicos das produções, presentes nas redes sociais. O(s) link(s) deve(m) estar ativo(s) durante todo o período de avaliação. Não serão aceitos links ou QR Codes que redirecionam para pastas no Google Drive ou Dropbox.

2. MODALIDADE “PUBLICIDADE, PROPAGANDA E MARKETING”

2.1) PPM01 - Campanha publicitária

Modalidade voltada à criação e ao desenvolvimento de campanhas publicitárias compostas por um conjunto articulado de peças de comunicação, destinadas à divulgação de produtos, serviços, marcas, instituições, causas ou ideias, desenvolvidas no âmbito de disciplinas específicas dos cursos (no caso de estudantes universitários) ou no âmbito de veículos de comunicação profissionais (no caso de profissionais da área). Serão considerados aspectos como criatividade, originalidade, coerência estratégica, adequação ao público-alvo, integração entre as peças e consistência da mensagem, além de apresentação de unidade conceitual e vinculação a uma mesma proposta de campanha. Serão aceitos:

a) Anúncios impressos;
b) Peças digitais;
c) Materiais gráficos;
d) Conteúdos para mídias sociais;
e) Materiais de divulgação.

PARA SUBMISSÃO: deve ser anexado em arquivo PDF o texto completo da campanha e as peças. Já os materiais em áudio ou audiovisuais devem ter indicados os links. Não serão aceitos links ou QR Codes que redirecionam para pastas no Google Drive ou Dropbox.

2.2) PPM02 - Peça publicitária audiovisual

Modalidade voltada à criação e à produção de conteúdos publicitários que utilizem a linguagem audiovisual como principal recurso de comunicação e divulgação, e que tenham sido desenvolvidas no âmbito de disciplinas específicas dos cursos (no caso de estudantes universitários) ou no âmbito de veículos de comunicação profissionais (no caso de profissionais da área). Serão considerados aspectos como criatividade, originalidade, qualidade técnica, construção narrativa, articulação entre imagem e som, adequação da linguagem ao público-alvo e efetividade da mensagem publicitária. Serão aceitos as seguintes peças avulsas:

a) Comerciais;
b) Filmes publicitários;
c) Vídeos promocionais;

d) Vídeos institucionais com finalidade publicitária.

PARA SUBMISSÃO: link de acesso ao audiovisual, hospedado em plataforma digital, como YouTube, Vimeo, sites institucionais, entre outros. Não serão aceitos links ou QR Codes que redirecionam para pastas no Google Drive ou Dropbox.

2.3) PPM03 - Comunicação e marketing digital

Modalidade voltada ao planejamento, desenvolvimento e execução de estratégias de comunicação e marketing em ambientes digitais, e que tenham sido desenvolvidas no âmbito de disciplinas específicas dos cursos (no caso de estudantes universitários) ou no âmbito de veículos de comunicação profissionais (no caso de profissionais da área). Serão considerados aspectos como planejamento estratégico, criatividade, adequação ao público-alvo, coerência entre objetivos e ações, domínio das linguagens e ferramentas digitais e capacidade de engajamento e relacionamento com a audiência. Serão aceitos:

a) Projetos de gestão de mídias sociais;
b) Planejamento de conteúdo digital;
c) Campanhas digitais;
d) Marketing de influência;
e) Estratégias de relacionamento com públicos;
f) Ações de engajamento.

PARA SUBMISSÃO: deve ser anexado em arquivo PDF o texto completo da campanha, planejamento, projeto, ação. Já os materiais em áudio ou audiovisuais devem ter indicados os links. Não serão aceitos links ou QR Codes que redirecionam para pastas no Google Drive ou Dropbox.

2.4) PPM04 - Identidade visual e branding

Modalidade voltada à criação e ao desenvolvimento de projetos de identidade visual e construção de marca, contemplando aspectos gráficos, conceituais e estratégicos de sua comunicação, e que tenham sido desenvolvidas no âmbito de disciplinas específicas dos

cursos (no caso de estudantes universitários) ou no âmbito de veículos de comunicação profissionais (no caso de profissionais da área). Serão considerados aspectos como originalidade, criatividade, coerência conceitual, consistência visual, aplicabilidade, funcionalidade e adequação aos objetivos. Serão aceitos:

a) Projetos de criação ou reposicionamento de marcas;
b) Comunicação e identidade visual;
c) Manuais de marca;
d) Aplicações gráficas;
e) Posicionamento.

PARA SUBMISSÃO: deve ser anexado em arquivo PDF o texto completo do planejamento e/ou projeto, com elementos constitutivos. Já os materiais de exemplo (como aplicações) devem ser indicados os links. Não serão aceitos links ou QR Codes que redirecionam para pastas no Google Drive ou Dropbox.

3. MODALIDADE "REVELAÇÃO EM COMUNICAÇÃO ESTUDANTIL"

3.1) RE - Revelação em Comunicação Estudantil

Modalidade destinada exclusivamente ao reconhecimento de estudantes do ensino médio que demonstrem destaque, criatividade, iniciativa e potencial de atuação no campo da comunicação, por meio do desenvolvimento de trabalhos, projetos ou iniciativas comunicacionais. Serão considerados aspectos como criatividade, originalidade, iniciativa, qualidade da produção, autonomia e potencial de desenvolvimento no campo da comunicação. São aceitas produções de diferentes formatos e linguagens que evidenciem interesse, experimentação e domínio de práticas relacionadas à comunicação, ao jornalismo, à publicidade, à produção audiovisual, às mídias digitais e a outras áreas afins.

PARA SUBMISSÃO: deve ser anexado em arquivo PDF o texto completo do planejamento do projeto, com todos os elementos constitutivos. Já os materiais que exemplificam o desenvolvimento da proposta devem ser indicados os links. Não serão aceitos links ou QR Codes que redirecionam para pastas no Google Drive ou Dropbox.

4. MODALIDADE “PROPOSTA INOVADORA EM COMUNICAÇÃO”

4.1) PI - Proposta Inovadora em Comunicação

Modalidade destinada ao reconhecimento de projetos, iniciativas e soluções que apresentem abordagens inovadoras, explorem novas possibilidades de atuação, respondam a demandas e desafios ou ofereçam contribuições relevantes ao campo da comunicação. São aceitas propostas de diferentes naturezas, incluindo projetos experimentais, produtos, serviços, processos, metodologias, estratégias e modelos de atuação, e que tenham sido desenvolvidas no âmbito escolar (no caso de estudantes do ensino médio), no âmbito de disciplinas específicas dos cursos (no caso de estudantes universitários) ou no âmbito de veículos de comunicação profissionais (no caso de profissionais da área). Serão considerados aspectos como originalidade, viabilidade, relevância da proposta, potencial de aplicação, criatividade e contribuição para o desenvolvimento da comunicação.

PARA SUBMISSÃO: deve ser anexado em arquivo PDF o texto completo do planejamento do projeto e/ou proposta, com todos os elementos constitutivos. Quando houver protótipos, demonstrações ou materiais complementares, poderão ser disponibilizados links. Não serão aceitos links ou QR Codes que redirecionam para pastas no Google Drive ou Dropbox.

5. MODALIDADE “EM DESTAQUE”

5.1) PD - Prêmio “Em destaque”

Modalidade destinada ao reconhecimento da produção que obtenha maior destaque entre os trabalhos vencedores das demais categorias do Prêmio Triângulo de Comunicação - 5ª edição, independentemente de sua área ou modalidade. A premiação busca reconhecer o trabalho que apresente excelência em sua execução, relevância, originalidade e contribuição para o campo da comunicação, considerando suas particularidades e os critérios de avaliação da categoria em que foi originalmente inscrito.

NESSA MODALIDADE, NÃO HÁ SUBMISSÃO. Forma de seleção: a escolha será realizada pela comissão julgadora e organizadora entre os trabalhos vencedores das respectivas categorias, não sendo necessária uma nova inscrição.

6. MODALIDADE “MÁRIO KAPLÚN”

6.1) MK - Prêmio “Mário Kaplún”

Modalidade destinada ao reconhecimento da produção que obtenha maior destaque e que demonstre compromisso social, promoção da cidadania, criticidade, participação social e democratização da comunicação, entre todos os trabalhos inscritos no Prêmio Triângulo de Comunicação - 5ª edição, independentemente de sua área ou modalidade.

NESSA MODALIDADE, NÃO HÁ SUBMISSÃO. Forma de seleção: a escolha será realizada pela comissão julgadora e organizadora entre todas as produções inscritas no Prêmio Triângulo de Comunicação - 5ª edição, independentemente da categoria de origem ou da classificação obtida nas respectivas modalidades, não sendo necessária uma nova inscrição.