

Cases e Grand Prix

O Prêmio Best Mídia 2025, Cases e Grand Prix, tem como objetivo reconhecer os melhores trabalhos desenvolvidos por profissionais da área de mídia no estado do Paraná. A premiação valoriza a estratégia, a inteligência de planejamento, o uso eficiente dos meios, a adequação ao objetivo do anunciante e os resultados alcançados, pilares fundamentais do trabalho de mídia.

Os cases inscritos devem ter sido realizados e veiculados no período de 1º de maio de 2024 a 31 de julho de 2025, e poderão concorrer em categorias específicas, conforme detalhado neste regulamento.

O profissional de mídia tem, assim, a oportunidade de apresentar ao mercado o que entregou de mais relevante para seus clientes, evidenciando ideias que se transformaram em cases consistentes, bem fundamentados e com performance comprovada.

A inscrição e o julgamento dos cases ocorrerão por meio de plataforma online segura, que garantirá a correta alocação de cada projeto à sua categoria e o acesso exclusivo dos jurados convidados.

O período de inscrições será de 1º a 23 de setembro de 2025.

Este prêmio possui caráter exclusivamente cultural e recreativo, sem subordinação a qualquer modalidade de sorte, pagamento pelos concorrentes, nem vinculação destes ou dos contemplados à aquisição ou uso de qualquer bem, direito ou serviço, conforme disposto no art. 3º, II, da Lei 5.768/71 e no art. 30 do Decreto 70.951/72.

1. PARTICIPANTES

Poderão participar do Prêmio Best Mídia 2025 todas as agências de propaganda, house agencies e agências experimentais de universidades do Estado do Paraná, exclusivamente por meio de seus profissionais de mídia.

2. CRITÉRIOS DE PARTICIPAÇÃO

2.1. A agência responsável pelo trabalho inscrito e/ou o cliente envolvido devem estar sediados no Paraná.

2.2. Os cases podem ser realizados individualmente ou em grupo, com até 4 (quatro) profissionais participantes. Um dos integrantes deverá ser nomeado como Coordenador Responsável, sendo o representante oficial do case e autorizado a receber eventuais prêmios.

2.3. Para que o case seja elegível, é necessário que ao menos uma peça tenha sido veiculada em qualquer meio de Comunicação, local, estadual, regional ou

nacional, no período entre 1º de maio de 2024 a 31 de julho de 2025, independente do formato ou frequência.

2.4. Os cases inscritos na categoria Campanha Integrada deverão contemplar exclusivamente o conjunto de ações que compõem a campanha, não sendo permitido inscrever, em nenhuma outra categoria, peças isoladas pertencentes a esse mesmo case. Ou seja, uma campanha inscrita como integrada não poderá ter anúncios, filmes, spots, ativações ou qualquer outra peça participante concorrendo individualmente em categorias distintas.

3. CATEGORIAS DE INSCRIÇÃO

Os cases devem ser inscritos em uma das seguintes categorias:

I. Conteúdo – Ações de mídia com foco em distribuição de conteúdo, incluindo redes sociais, YouTube, branded content e também iniciativas em meios impressos que extrapolem o formato tradicional de anúncios de página.

II. Áudio – Rádio, Streaming, Podcasts.

III. Mídia Digital - Tráfego pago, banners, mídia programática, display etc.

IV. OOH – OOH, DOOH, Mall

V. Projetos Especiais - Ações de mídia que não se enquadram nas categorias anteriores, desenvolvidas em parceria com veículos ou plataformas, podendo envolver formatos exclusivos, integrações de conteúdo ou soluções customizadas de comunicação.

VI. Vídeo – TV, Cinema, Streaming, TV Conectada

VII. Campanha Integrada - Ações de mídia que utilizem de forma estratégica dois ou mais meios de comunicação, com planejamento integrado.

3.1. Não será permitida a inscrição de mais de um case da mesma agência para o mesmo anunciante dentro de uma mesma categoria. Em situações em que houver mais de uma campanha elegível, caberá à agência selecionar apenas um case por categoria para representar aquele anunciante.

4. INSCRIÇÃO E ENVIO DOS MATERIAIS

4.1. As inscrições serão realizadas exclusivamente por meio da plataforma oficial do prêmio, que garantirá a correta organização dos cases por categoria e a segurança no envio dos materiais.

4.2. O formulário de inscrição deverá ser completamente preenchido e acompanhado dos arquivos obrigatórios de comprovação descritos para cada

categoria, bem como de pelo menos um Pedido de Inserção (PI) correspondente à veiculação do case na categoria inscrita.

Comprovação por Categoria

I. Conteúdo - Arquivo em JPG ou PDF contendo a apresentação da ação e canais utilizados. Em casos impressos ou físicos, incluir imagem de comprovação da veiculação.

II. Áudio - Arquivo em MP3 (ou formato similar) com o conteúdo veiculado.

III. Mídia Digital - Arquivo em JPG ou PDF da campanha digital (banners, display, prints da plataforma, etc.).

IV. OOH - Arquivo da peça e imagem de comprovação da veiculação em ambiente físico (JPG ou PDF).

V. Projetos Especiais - Apresentação da ação (JPG ou PDF) e imagem de comprovação do projeto executado.

VI. Vídeo - Arquivo em MPG ou MOV com o vídeo da veiculação (TV, cinema, streaming etc.).

VII. Campanha Integrada - Conjunto de arquivos conforme as exigências das categorias envolvidas, organizados de forma estruturada em um único envio.

4.3. Todas as peças enviadas devem estar claramente identificadas com a categoria correspondente.

4.4. O participante é integralmente responsável pela liberação dos direitos autorais, de imagem e uso dos materiais apresentados, isentando o Grupo de Mídia do Paraná de quaisquer responsabilidades legais sobre o conteúdo inscrito.

5. USO DOS MATERIAIS INSCRITOS

Ao realizar a inscrição, o participante autoriza automaticamente o uso gratuito das peças e do conteúdo do case para divulgação institucional do Prêmio Best Mídia. Os materiais poderão ser utilizados no dia da cerimônia de premiação, em comunicações promocionais, apresentações públicas ou eventos relacionados ao GMPR, online ou presenciais, com os devidos créditos aos autores e agências.

5. APRESENTAÇÃO DOS CASES

Os cases inscritos deverão ser apresentados por meio da plataforma oficial do prêmio, seguindo a estrutura abaixo. Cada um dos tópicos listados estará disponível como campo de preenchimento no formulário de inscrição e deverá

ser respondido de forma clara e objetiva, respeitando o limite de caracteres indicado na plataforma.

Objetivos da campanha

Descrever os objetivos de comunicação.

Texto descritivo na plataforma: “Conta pra gente qual foi o passo inicial dessa caminhada? Qual foi o briefing recebido, quais os principais objetivos da campanha, o que esse planejamento precisava resolver?”

Estratégia

Apontar os critérios para seleção dos meios e veículos e justificar as escolhas. Texto descritivo na plataforma: “Qual o insight dessa campanha/projeto? Qual a história que você precisava contar para alcançar os objetivos definidos?”

Tática

Apresentar como se deu a distribuição dos esforços de mídia: intensidade, frequência, formatos, sequência.

Texto descritivo na plataforma: “Quais os caminhos você percorreu nesse planejamento? Quais os meios, veículos, etapas que a mensagem percorreu para alcançar o objetivo final?”

Resultados alcançados

Apontar os resultados obtidos com base nos objetivos do cliente: como imagem de marca, geração de leads, vendas, engajamento ou repercussão. Texto descritivo na plataforma: “Ao final do caminho, quais foram os resultados alcançados por essa campanha/projeto? Aqui, coloque as informações relevantes tanto de cobertura e frequência, interações, menções na mídia. Todo resultado importa.”

Diferenciais do case

Destacar os aspectos que tornam este case único ou merecedor de premiação. Texto descritivo na plataforma: “Agora chegou a hora de você contar pra gente por que você considera que esse case merece destaque e ser o Best Mídia 2025.”

6. CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

6.1. O Prêmio Best Mídia 2025 tem como principal objetivo reconhecer os melhores trabalhos desenvolvidos por profissionais da área de mídia no Estado do Paraná. A premiação valoriza a estratégia, a inteligência de planejamento, o uso eficiente dos meios, a adequação ao objetivo do anunciante e os resultados alcançados, pilares fundamentais do trabalho de mídia. A melhor ideia de mídia

será aquela que apresentar a solução mais eficaz para um desafio de comunicação, considerando impacto, coerência, rentabilidade e execução estratégica.

6.2. A comissão avaliadora fará todo o esforço necessário para identificar, entre os cases inscritos, aqueles que efetivamente representem soluções de mídia relevantes. A melhor ideia pode ser inusitada e criativa, ou ainda racional, correta e de alta rentabilidade, desde que atenda aos objetivos propostos.

6.3. Aspectos de criação, como formato visual ou conteúdo, não serão avaliados isoladamente. A análise estará centrada exclusivamente na lógica de mídia, sua coerência estratégica e sua execução dentro do planejamento.

6.4. Será selecionado um case vencedor por categoria, além de um Grand Prix, que será atribuído ao case com a maior pontuação entre os vencedores das categorias.

7. COMISSÃO JULGADORA

7.1. O júri será composto por profissionais de reconhecida competência e representatividade no mercado publicitário paranaense e nacional, totalizando no mínimo 9 (nove) jurados.

7.2. A comissão julgadora será constituída, exclusivamente para os fins deste prêmio, por representantes de agências de publicidade, anunciantes (clientes), órgãos de classe, veículos de comunicação, professores de instituições de ensino e representantes de institutos de pesquisa.

7.3. Os jurados estarão impedidos de avaliar cases de suas próprias agências, marcas (no caso de anunciantes) ou de empresas com as quais possuam vínculo direto.

7.4. Cada jurado atribuirá notas de 1 (um) a 10 (dez) para cada case avaliado, de acordo com os critérios descritos no item 6 deste regulamento. A avaliação será registrada exclusivamente na plataforma disponibilizada pela organização do prêmio. A decisão final do júri será única, soberana e irrecorrível.

7.5. Categorias que tiverem menos de 3 (três) cases inscritos serão avaliadas por um comitê técnico, que poderá atribuir ou não um vencedor, com base nos critérios técnicos exigidos para que um case seja reconhecido como "Best Mídia".

8. PREMIAÇÃO

8.1. Troféus por categoria: O case vencedor de cada categoria receberá um troféu, conferido ao profissional de mídia indicado como Coordenador Responsável no momento da inscrição.

8.2. Grand Prix: O case com a maior pontuação entre os vencedores das categorias receberá o troféu Grand Prix, atribuído também ao Coordenador Responsável.

8.3. Premiação em grupo: Caso o case vencedor tenha sido elaborado em grupo, o troféu descrito nos itens 7.1 e 7.2 será entregue exclusivamente ao Coordenador Responsável pelo case inscrito. Os demais integrantes da equipe envolvida no projeto receberão certificado digital de premiação. Clientes, fornecedores ou parceiros eventualmente vinculados ao case não receberão troféu ou outro tipo de premiação, exceto o certificado digital de reconhecimento, quando aplicável.

9. PRAZOS

9.1. As inscrições poderão ser realizadas, impreterivelmente, de 1º a 23 de setembro de 2025, até as 23h59.

9.2. Os comprovantes de inscrição e os materiais comprobatórios dos cases deverão ser enviados conforme descrito nos itens 4 deste regulamento.

10. DISPOSIÇÕES GERAIS

10.1 Todos os cases de mídia inscritos terão seus direitos de uso cedidos ao Grupo de Mídia do Paraná, que poderá utilizá-los e autorizá-los para fins institucionais e de divulgação junto a seus cotistas patrocinadores, apoiadores, equipes inscritas, convidados do evento e público inscrito, sempre no contexto de comunicação do Best Mídia.

10.2. Os conceitos, análises e justificativas incluídos no formulário de inscrição poderão ser utilizados para fins de divulgação institucional pelo Grupo de Mídia do Paraná e seus parceiros.

10.3. Todos os materiais enviados serão inutilizados e descartados pelo Grupo de Mídia do Paraná após o dia 10 de novembro de 2025.

11. APRESENTAÇÃO DOS CASES VENCEDORES

11.1. Os coordenadores dos cases vencedores serão convidados a participar do evento realizado pelo Grupo de Mídia do Paraná após o Best Mídia, destinado à apresentação dos cases premiados. Na impossibilidade de comparecimento do Coordenador Responsável, a participação poderá ser realizada por um integrante da equipe de mídia que tenha contribuído ativamente na elaboração do case. A presença é facultativa, mas fortemente recomendada, visto que este momento representa oportunidade de reconhecimento público e troca de experiências entre profissionais da área.

11.2. Nessa ocasião, cada coordenador terá até 10 minutos para apresentar o case vencedor, destacando os dados, raciocínio de mídia, resultados obtidos e os diferenciais do projeto.

12. DÚVIDAS

12.1. Em caso de dúvidas sobre este regulamento, entre em contato pelo e-mail: grupodemidiapr@gmail.com