



REGULAMENTO 2025

QUADRO RESUMO

Período de produção dos cases

01/01/2024 a 30/09/2025

Inscrições

01/05/2025 a 30/09/2025

Categorias Brasil

Total = **37**

Grandes Agências = **12**

Agências-Butique = **12**

Organizações Empresariais ou Públicas = **12**

Comunicação para a COP30 = **1**

Categorias Regionais Brasil – Cases do Ano

Total = 5

Categorias América Latina

Total = 5

Premiações Especiais

Total = 8

Número máximo de inscrições por Organização

Não há

Número máximo de inscrições de um mesmo case em diferentes categorias

3 (três)

Julgamento

08/10/2025 a 26/10/2025

Apuração

27/10/2025 a 29/10/2025

Shortlist

30/10/2025

Evento de premiação

01/12/2025

Custo das inscrições

Anexo 1 (páginas 23 e 24)

CAPÍTULO I – DA ABRANGÊNCIA DESTE REGULAMENTO

Art. 1º – O presente Regulamento tem por finalidade estabelecer as regras e normas que nortearão a realização da edição 2025 (nona da série histórica) do Prêmio Latino-americano de Excelência e Inovação em PR – Troféu Jatobá PR, de agora em diante denominado *Prêmio Jatobá PR 2025*.

§ 1º – Dele emanarão:

- a** - As diretrizes e definições relativas à premiação;
- b** - As decisões relativas a dúvidas, omissões ou interpretações apresentadas pelos participantes.

§ 2º – Fica estabelecido que não caberão contra essas diretrizes e decisões recursos de quaisquer naturezas e que modificações ou aperfeiçoamentos do concurso serão analisados para a próxima edição da premiação.

CAPÍTULO II – DOS OBJETIVOS DA PREMIAÇÃO

Art. 2º – O *Prêmio Jatobá PR 2025* tem por objetivo distinguir e premiar *cases* de PR nas seguintes verticais:

- Grande Agência Brasil
- Agência-Butique Brasil
- Organização Empresarial ou Pública Brasil
- Organização América Latina

§ 1º – Entende-se, no contexto do *Prêmio Jatobá PR 2025*, que Organizações Empresariais ou Públicas são todas as organizações que atuam na iniciativa privada ou na esfera pública, incluindo as instituições do Terceiro Setor (ONGs, OCIPs, associações, universidades, federações, confederações etc.) e da administração pública direta e indireta, dos Três Poderes (Executivo, Judiciário e Legislativo) e das esferas municipais, estaduais e federal.

§ 2º - Entende-se, ainda, no contexto do *Prêmio Jatobá PR 2025*, que Organização América Latina são todas as organizações concorrentes, sejam elas empresas privadas ou públicas, agências de pequeno, médio ou grande porte (de qualquer nacionalidade), entidades e instituições de natureza privada ou pública, que tenham sede, filial ou alguma representação oficial em qualquer dos países da América Latina.

§ 3º – A distinção a que este Regulamento se refere dar-se-á, conforme detalhado neste Regulamento, com a concessão de:

- Certificados Jatobá PR personalizados para todos os *cases* finalistas, ou seja, que venham a figurar nas *shortlists* das quatro verticais da premiação;

- Certificados Jatobá PR personalizados para todos os integrantes das equipes participantes dos *cases* classificados nas *shortlists* e cujos nomes estejam explicitados na Ficha de Inscrição;
- Troféu Jatobá PR para todos os *cases* campeões nas respectivas categorias das quatro verticais da premiação e para a Categoria Especial Comunicação para a COP30 (ver § 4º);
- Troféu Jatobá PR para os *cases* regionais vencedores das regiões Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul do Brasil;
- Troféu Jatobá PR para as *Organizações do Ano Brasil (Organização Empresarial ou Pública, Agência-Butique, Grande Agência) e América Latina*;
- Troféu Jatobá PR para os *Cases do Ano Brasil (Organização Empresarial ou Pública, Agência-Butique, Grande Agência) e América Latina*.

§ 4º – O *Prêmio Jatobá PR 2025* terá ainda uma categoria especial, exclusiva para os *cases* de Comunicação para a COP30. Será a única categoria, aberta para inscrições das quatro verticais, sendo que ela, a exemplo das demais, terá uma *shortlist* com até cinco finalistas e um único vencedor, independentemente da vertical a qual a organização e o *case* pertençam.

CAPÍTULO III – DA ESTRUTURA DE ORGANIZAÇÃO E ACOMPANHAMENTO DA PREMIAÇÃO

Art. 3º – O *Prêmio Jatobá PR 2025* contará com uma estrutura que responderá pela concepção, acompanhamento e organização de todo o processo da premiação, incluindo recebimento das inscrições, relacionamento com os participantes, fiscalização do cumprimento das normas e diretrizes, monitoramento dos processos de julgamento e realização do evento de premiação.

§ 1º – Essa estrutura será composta por:

- Secretaria Executiva
- Auditoria Independente
- Coordenação de Eventos
- Conselho Deliberativo
- *Help Desk*

§ 2º – Nessa estrutura, caberá:

- À Secretaria Executiva: Organizar todo o ciclo da premiação, abrangendo as etapas de inscrição, composição do corpo de jurados, julgamento, divulgação, contato com os finalistas e vencedores, evento de premiação;
- À Auditoria Independente: Fiscalizar integralmente o processo em suas etapas de inscrição, julgamento e apuração, garantindo a lisura do resultado e da premiação;
- À Coordenação de Eventos: Organizar o evento de premiação e seu cerimonial;
- Ao Conselho Deliberativo: Planejar todo o ciclo da premiação, incluindo cronograma e calendário de atividades; e decidir sobre as demandas apresentadas pelos participantes e pela Comissão de Julgamento;
- Ao *Help Desk*: Atender e tirar dúvidas dos participantes e da Comissão de Julgamento.

CAPÍTULO IV – DAS CATEGORIAS REGULARES DA PREMIAÇÃO

Art. 4º – O Prêmio *Jatobá PR 2025* é composto por **42** categorias regulares, sendo **12** para Grandes Agências Brasil, **12** para Agências-Butique Brasil, **12** para as áreas de Comunicação das Organizações Empresariais ou Públicas Brasil, **5** para Organizações da América Latina e **1** (Comunicação para a COP30) aberta a todos os participantes das quatro verticais da premiação.

§ 1º - São as seguintes as categorias de premiação para as Grandes Agências Brasil e para as Agências-Butique Brasil, sendo que o primeiro número de referência corresponde a Grande Agência (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11 e 12) e o segundo, a Agência-Butique (13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23 e 24):

1.13. ANÁLISE DE DADOS PARA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

Distinção ao Projeto/Case que se apoie em análise de dados para planejar e executar estratégias de comunicação para uma organização, marca ou iniciativas corporativas. Podem concorrer *cases* em que a leitura e a análise de dados tiveram impacto positivo nas estratégias de comunicação, contribuindo para o desafio das marcas em mensurar os resultados de suas ações e definir metas, e também para ajudar na compreensão dos melhores caminhos para seguir com uma divulgação, campanha ou até em cenários de crise. Com o uso de metodologias proprietárias, de mercado, totalmente customizadas ou, ainda, combinando a adoção da tecnologia aliada à análise humana, esta categoria visa reconhecer trabalhos em que o acompanhamento sistemático do desempenho da organização na imprensa ou redes sociais influenciou diretamente nas estratégias proativas ou reativas das empresas.

2/14. ASSESSORIA DE IMPRENSA/RELACIONAMENTO COM A MÍDIA

Distinção ao melhor projeto/*case* de assessoria de imprensa/relações com a mídia, abrangendo, entre outros aspectos, divulgação de conteúdo, relacionamento com jornalistas, apoio à especialização e/ou formação profissional – cursos de formação para jornalistas, por exemplo. Podem concorrer desde um grande projeto integrado de assessoria de imprensa/relações com a mídia até um projeto singelo, que tenha obtido resultado surpreendente e marcante para a atividade de PR.

3/15. CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO

Distinção à melhor Campanha de Comunicação direcionada a um ou mais públicos específicos (interno ou externo) abrangendo temáticas corporativas (assuntos de interesse da administração), educacionais, culturais, de saúde, comportamentais etc. Podem concorrer campanhas segmentadas ou gerais, independentemente de plataformas, veículos e canais utilizados, sendo importante que estejam dentro do esforço da corporação em engajar seus públicos em causas relevantes – por exemplo, prevenção de doenças, estímulo a atividades físicas, combate a preconceitos, segurança no trabalho, saúde mental etc.

4/16. COMUNICAÇÃO DIGITAL

Distinção ao melhor projeto/*case* de Comunicação Digital, que contemple projetos e iniciativas em ambientes virtuais, sejam ações pontuais, ações continuadas ou mesmo projetos integrados em que PR tenha protagonismo. Podem concorrer projetos de PR desenvolvidos para canais digitais, como sites/blogs, podcasts, vídeos, videocasts e as ações em redes sociais como Facebook, Google, Instagram, Kway, LinkedIn, Snapchat, Tik Tok etc.

5/17. COMUNICAÇÃO INTEGRADA

Distinção ao melhor *case* de Comunicação Integrada, que contemple, em seu escopo, o uso conjugado, inteligente e harmonioso das múltiplas técnicas e ferramentas de PR; que atinja de forma eficaz a audiência desejada; e que possa demonstrar com métricas o êxito das ações. Podem ser ações que se valham da chamada comunicação 360º, combinando a adoção de diferentes especialidades e plataformas, como, por exemplo, fazer uso de comunicação online ou off-line; usar mídia impressa, eletrônica ou digital; incorporar redes sociais e intranets; realizar eventos de apoio; interação e integração de vários públicos ou de um único público de forma diversa etc.

6/18. COMUNICAÇÃO INTERNA

Distinção ao melhor projeto/*case* de Comunicação Interna, que demonstre eficácia, aderência, sinergia, engajamento e participação dos empregados e colaboradores, sobretudo em relação aos propósitos da iniciativa. Podem concorrer projetos integrados de comunicação interna (sejam de curto, médio ou longo prazos), campanhas pontuais, campanhas permanentes, concursos e outros projetos de natureza diversa, que tenham os empregados e colaboradores como foco.

7/19. EVENTO DE COMUNICAÇÃO

Distinção ao melhor Evento de Comunicação realizado sob a responsabilidade da área de PR/Comunicação para qualquer de seus públicos, como empregados, imprensa, familiares, comunidades, investidores, mistos etc. Importante que tenha perfil institucional e foco em PR. São exemplos, entre outras iniciativas, celebrações, encontros profissionais, lançamentos, experiências de marca etc. Não se enquadram no escopo desta categoria e mesmo desta premiação eventos de marketing, promocionais, de vendas, técnico-científicos etc.

8/20. MEDIA TRAINING

Distinção ao melhor programa de formação de porta-vozes corporativos (Media Training) para o relacionamento com a imprensa, que tenha contribuído para aumentar a exposição da marca nos meios de comunicação, para valorizar a reputação da organização e para garantir maior transparência e perenidade no contato das fontes corporativas com os jornalistas. Podem concorrer programas preventivos de treinamento, treinamentos para administração de crise, treinamentos para grupos de níveis hierárquicos, treinamentos à distância (EaD), treinamentos por setores corporativos, treinamentos pontuais ou em série, cursos voltados para o mercado, entre outros.

9/21. MÍDIA CORPORATIVA

Distinção à melhor Mídia Corporativa jornalística, que tenha periodicidade-regularidade de veiculação/circulação e caráter informativo. Podem concorrer publicações impressas, canais digitais, podcasts, videocasts, programas de rádio ou TV, web séries etc., destinados a informar, esclarecer, prestar serviços, entreter, orientar os públicos a que se destinam.

10/22. PESQUISA DE COMUNICAÇÃO

Distinção à melhor Pesquisa de Comunicação formulada junto a público interno ou externo, que incorpore estratégias de PR. Podem concorrer pesquisas de cunho institucional, sobre temáticas sociais, econômicas, científicas ou políticas, entre outras, mapeando segmentos estratégicos para os públicos de interesse; e pesquisas de cunho corporativo, para auxiliar a

tomada de decisões nas políticas de comunicação, benefícios e RH, como clima organizacional, reestruturações em curso, decisões que se pretendam tomar etc. Não se enquadram no escopo desta categoria pesquisas de mercado (marketing, político-eleitorais, de consumo, científicas e outras que não tenham conexão com o universo de PR).

11/23. PROJETO ESPECIAL

Distinção ao melhor Projeto Especial de PR, que se destaque pela abrangência, ineditismo, criatividade, inovação, oportunidade, relevância, ousadia, singeleza etc. Podem concorrer projetos de qualquer natureza, desde que tenham como origem a disciplina de PR; por exemplo, um programa diferenciado de visitação, a preparação do ambiente corporativo para alguma iniciativa de impacto negativo, encontros que marquem a história da empresa, museu da pessoa, efemérides importantes (datas comemorativas, momentos históricos etc.), projetos de comunicação para Sustentabilidade, Relações Governamentais, *Public Affairs*, entre outros.

Importante: Esta mesma categoria está incluída também na vertical Organização Empresarial ou Pública e isso foi feito para permitir que organizações que desenvolveram projeto especial sem a participação das agências possam inscrever o *case* e participar da competição concorrendo com outras organizações.

12/24. RELACIONAMENTO COM INFLUENCIADORES

Distinção ao melhor projeto de Relacionamento com Influenciadores focado em PR, ou seja, desenvolvido para contribuir com a imagem e a reputação da marca, da empresa, de produtos por ela liderados etc. Podem concorrer campanhas institucionais com a participação de influenciadores, campanhas de lançamento com as digitais do PR, ações de engajamento com os influenciadores (embaixadores de marca), constituição de grupos/comitês de influenciadores para opinar sobre a imagem e reputação da marca, pesquisa de imagem com influenciadores sobre a marca e seus produtos, conteúdos de marca direcionados aos influenciadores etc.

§ 2º – São as seguintes as 12 categorias de premiação para Organizações Empresariais ou Públicas:

25. CAMPANHA INSTITUCIONAL/UTILIDADE PÚBLICA

Distinção à melhor Campanha Institucional ou de Utilidade Pública que se valha das ferramentas de PR ou, ainda que complementarmente, nos casos em que isso se justifique, conte também com o apoio do Marketing e da Publicidade. Podem concorrer campanhas segmentadas ou gerais, que se utilizem de uma única ou de múltiplas plataformas (rádio, TV, internet, jornal, revista, redes sociais, outdoor etc.), veiculadas em mídias proprietárias ou em mídia comercial e/ou institucional, não importa se por meio de veiculação paga ou pela obtenção de espaços espontâneos.

26. CAUSA E PROPÓSITO

Distinção ao melhor projeto/*case* que abrace uma Causa ou acolha um Propósito maior de existência da organização, demonstrando: 1) o efetivo e abrangente comprometimento e aderência a eles; e 2) as conexões e ações que comprovem essa faceta cidadã. Podem concorrer *cases* que, planejados no âmbito de PR, fizeram a organização avançar nesse campo e atingir, ainda que parcialmente, as metas a que se propôs.

27. COMUNICAÇÃO COM A COMUNIDADE

Distinção ao melhor projeto/*case* de Comunicação com a Comunidade, que tenha por objetivo iniciar, estreitar ou consolidar relacionamentos de mútuo interesse, e que represente o desejo real da organização em priorizar o diálogo para a busca de soluções com as comunidades com as quais quer ou precisa se relacionar. Entende-se por comunidades, neste caso, pessoas de alguma localidade (rua, bairro, cidade); de alguma atividade ou área de atuação (pescadores, ribeirinhos, motoristas, catadores, médicos etc.); de raça e etnias específicas (negros, quilombolas, indígenas etc.); de gênero (homens, mulheres, LGBTQIA+), de religião (cristãos, muçulmanos, judeus, budistas etc.); refugiados políticos. Podem concorrer quaisquer ações feitas sob a liderança ou com participação significativa de PR e das ferramentas que integram o acervo desta atividade profissional.

28. COMUNICAÇÃO PARA LIDERANÇA DE PENSAMENTO (*COMMUNICATION FOR THOUGHT LEADERSHIP*)

Distinção ao projeto/*case* de Liderança de Pensamento (*Thought Leadership*) que demonstrem o esforço, o engajamento, o planejamento e as múltiplas iniciativas da organização em desenvolver seus executivos e funcionários, como líderes de pensamento e expandir essa conquista para públicos dentro e fora de suas fronteiras organizacionais. Podem concorrer iniciativas que geraram impacto direto na reputação, cultura organizacional ou valor de mercado; que contribuíram para promover discussões relevantes para a sociedade, criando conexões profundas com seus públicos; que foram relevantes para posicionarem ou reposicionarem organização como líder em temas relacionados a ESG (Environmental, Social, and Governance); etc.

29. DIVERSIDADE, EQUIDADE E INCLUSÃO (*DE&I*)

Distinção ao melhor programa de Diversidade, Equidade e Inclusão (DE&I) que tenha conquistado avanços importantes – seja internamente, no âmbito da corporação, seja externamente, por meio de iniciativas afirmativas com esse objetivo – no combate à discriminação e ao preconceito de qualquer natureza; e buscando diminuir desigualdades no campo racial, de gênero, orientação sexual etc. São exemplos práticos programas afirmativos de igualdade de gênero na composição dos times profissionais; de equiparação salarial das mulheres aos valores pagos aos homens; de contratação e ascensão dos negros no ambiente profissional; de acolhimento e desenvolvimento de pessoas com deficiência e necessidades especiais; de integração e afirmação de pessoas LGBTQIA+; de acolhimento e inclusão de pessoas refugiadas em função de perseguição em seus países por razões políticas, de religião, de orientação sexual etc; entre outros.

30. ESG (*ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE*)

Distinção ao melhor projeto/*case* de ESG – Environmental, Social and Governance, que contemple ações organizacionais afirmativas nos campos social, humanístico, ambiental e econômico, com os objetivos de contribuir para o desenvolvimento sustentável, equilíbrio do meio ambiente, diversidade e inclusão social etc. Pode concorrer todo e qualquer projeto da agenda ESG, desde que conte com a atuação de PR, seja participando da concepção e implementação do projeto, seja dando apoio e suporte para divulgar e fazer a informação chegar à opinião pública ou aos públicos especializados e de interesse.

31. EXPERIÊNCIA DE MARCA

Distinção ao melhor projeto/*case* de Experiência de Marca com propósitos institucionais e realizados por PR ou com participação significativa da atividade no seu planejamento e execução. Podem concorrer iniciativas focadas na própria organização/instituição para valorizar sua imagem e reputação; em suas marcas, para elevar o conhecimento delas junto aos consumidores e demais públicos-alvo e conquistar maior engajamento e admiração desses públicos; em seus produtos ou serviços, para contribuir com melhor performance no mercado. Não são consideradas nesta categoria as experiências de marketing e vendas, a menos que nelas haja uma participação efetiva e relevante da área de PR.

32. INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL EM COMUNICAÇÃO

Distinção ao melhor projeto/*case* de uso de Inteligência Artificial em Comunicação, que demonstre a capacidade de aprimorar e de tornar mais produtiva a atividade de comunicação e que contribua para valorizar e refinar o trabalho humano, permitindo à comunicação ser mais cada vez mais cerebral e menos braçal. Podem concorrer iniciativas focadas em produção de conteúdo, no aprimoramento ou desenvolvimento de sistemas operacionais, na elaboração de métricas para a área, no treinamento de equipes, na formulação de programas de comunicação para *stakeholders* diversos, para o monitoramento da imagem institucional das organizações e da concorrência, para a organização de eventos, para desenhar cenários reputacionais etc.

33. KPIs DE COMUNICAÇÃO/DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

Distinção ao melhor projeto/*case* de KPIs de Comunicação/Demonstração de Resultados, seja em relação à própria atividade da comunicação, que, a cada dia, com o uso de tecnologia e mecanismos como *big data*, inteligência artificial e outros, vai conseguindo provar, com métricas e dados reais, que os investimentos na atividade proporcionam retorno aos negócios, à reputação, à credibilidade de uma organização; seja em relação aos KPIs gerais da organização, transformados pela área de PR em conteúdos de interesse e utilidade para a sociedade ou públicos de interesse. Podem concorrer projetos pontuais e projetos orgânicos que estejam ou possam se incorporar à cultura e ao planejamento da área de PR.

34. MARCA PUBLISHER

Distinção ao projeto de *Marca Publisher*, que se valha de mídias e iniciativas editoriais para projetar e consolidar a marca como autoridade nos assuntos que digam respeito ao espectro de sua atuação empresarial junto aos vários públicos de interesse da corporação. Podem concorrer iniciativas editoriais (jornalísticas) múltiplas ou mesmo individuais, que demonstrem a vocação de Publisher da marca interna e/ou externamente, entre elas, veículos impressos (jornal, revista, *newsletter* etc.), programas de rádio e televisão (em canais abertos, TV por assinatura ou mesmo em circuitos fechados), veículos digitais (sites, blogs, videocast, podcast), artigos e colunas (especializados ou gerais), veiculados em quaisquer plataformas (impressa, web, vídeo, áudio, redes sociais etc.). É essencial que sejam iniciativas que tenham a marca como realizadora, independentemente do conteúdo produzido e veiculado por essas iniciativas que poderão abranger conteúdos de interesse direto dos negócios, ter um viés essencialmente institucional, atuar na prestação de serviços à população ou a determinadas comunidades etc.

35. PROJETO ESPECIAL

Distinção ao melhor Projeto Especial concebido, liderado e realizado internamente pela organização sob a liderança de PR, cujo perfil esteja dentro do espectro de atuação da atividade e cuja produção mostre-se compatível com os saberes e fazeres de PR. São exemplos de projetos especiais livros de arte, premiações, convenções e encontros institucionais, documentários, ações institucionais de natureza e público diversos, concursos, eventos artísticos, ações de voluntariado, campanhas de doação, visitas, circuito de palestras, ações educacionais internas e externas etc.

Importante: Esta categoria, que também faz parte das verticais Grande Agência e Agência-Butique, foi aqui incluída para permitir que Organizações Empresariais ou Públicas que tenham realizado projetos especiais internamente, sem apoio de agências, possam concorrer.

36. RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE

Distinção ao Relatório de Sustentabilidade que demonstre e comunique com eficácia ao mercado e aos *stakeholders* as ações da organização em prol do tema e que contribua para valorizá-lo e dar visibilidade a ele e para incentivar a disseminação da prática pelo universo empresarial e das instituições brasileiras. Podem concorrer projetos concebidos e executados em plataformas impressas, digitais ou outra que seja compatível com a iniciativa.

§ 3º – O Prêmio Jatobá PR 2025 será ainda integrado por uma categoria especial: Comunicação para a COP30, aberta a *cases* de qualquer organização, sejam agências (grandes e butiques), organizações empresariais ou públicas ou Organizações da América Latina. A seguir o detalhamento:

37. COMUNICAÇÃO PARA A COP30

Distinção ao melhor projeto/*case* de Comunicação para a COP30, desenvolvido com vistas a engajar e posicionar de forma relevante a marca nos projetos e processos da Conferência das Nações Unidas sobre as Mudanças Climáticas 2025, também conhecida por COP30, que será realizada de 10 a 21 de novembro de 2025 na cidade de Belém. Podem concorrer projetos de qualquer das disciplinas de comunicação e mesmo projetos integrados que demonstrem um claro compromisso de contribuir com os debates, de propagar e incentivar o cumprimento das diretrizes das autoridades ambientais e climáticas junto à sociedade, que se desdobrem em ações complementares pelo mercado, que assumam claros compromissos internos e externos em defesa do meio ambiente, que busquem engajar os vários *stakeholders* da marca nos projetos desenvolvidos, que contenham compromissos públicos e oficiais da alta cúpula da organização na aderência à causa da emergência climática etc.

§ 4º – São as seguintes as 5 categorias de premiação para Organizações América Latina:

38. ASSESSORIA DE IMPRENSA / RELACIONAMENTO COM A MÍDIA

Distinção ao melhor projeto/*case* de assessoria de imprensa/relações com a mídia latino-americana, abrangendo, entre outros aspectos, divulgação de conteúdo, relacionamento com jornalistas, apoio à especialização e/ou formação profissional – cursos de formação para jornalistas, por exemplo. Podem concorrer desde um grande projeto integrado de assessoria de imprensa/relações com a mídia até um projeto singelo e pontual, que tenha obtido resultado surpreendente e marcante para a atividade de PR.

39. CAMPANHA DE COMUNICAÇÃO / CAMPANHA INSTITUCIONAL / CAMPANHA DE UTILIDADE PÚBLICA

Distinção à melhor Campanha de Comunicação, Campanha Institucional ou Campanha de Utilidade Pública latino-americana que se valha das ferramentas de PR, ainda que, complementarmente, nos casos em que isso se justifique, conte também com o apoio do Marketing e da Publicidade. Podem concorrer campanhas segmentadas ou gerais, que se utilizem de uma única ou de múltiplas plataformas (rádio, TV, internet, jornal, revista, redes sociais, outdoor etc.), veiculadas em mídias proprietárias ou em mídia comercial e/ou institucional, não importa se por meio de veiculação paga ou pela obtenção de espaços espontâneos.

40. COMUNICAÇÃO INTEGRADA

Distinção ao melhor *case* de Comunicação Integrada latino-americano, que contemple, em seu escopo, o uso conjugado, inteligente e harmonioso das múltiplas técnicas e ferramentas de PR; que atinja de forma eficaz a audiência desejada pelos múltiplos canais adotados; e que possa demonstrar com métricas o êxito das ações. Podem ser ações que se valham parcialmente de algumas das especialidades e ferramentas de PR ou da chamada comunicação 360º, combinando a adoção de especialidades e plataformas, como, por exemplo, uso de mídia online ou off-line; uso de mídia impressa, eletrônica ou digital; uso de redes sociais e intranets; realização de eventos de apoio; podendo ser focadas tanto para uma audiência geral ou mesmo para uma audiência segmentada, como público interno, comunidades, investidores, imprensa, governo etc..

41. PROJETO ESPECIAL

Distinção ao melhor Projeto Especial latino-americano concebido, liderado e realizado externamente por agência de comunicação ou internamente pela organização sob a liderança de PR, cujo perfil esteja dentro do espectro de atuação da atividade de PR e cuja produção mostre-se compatível com os saberes e fazeres dessa disciplina da comunicação. São exemplos de projetos especiais livros de arte, premiações, convenções e encontros institucionais, documentários, ações institucionais de natureza diversa, quaisquer que sejam os públicos, concursos, eventos artísticos, ações de voluntariado, campanhas de doação, visitas, circuito de palestras, ações educacionais internas e externas etc.

42. RELACIONAMENTO COM INFLUENCIADORES

Distinção ao melhor projeto de Relacionamento com Influenciadores latino-americano focado em PR, ou seja, desenvolvido para contribuir com a imagem e a reputação da marca, da empresa, de produtos por ela liderados etc. Podem concorrer campanhas institucionais com a participação de influenciadores, campanhas de lançamento com as digitais do PR, ações de engajamento com os influenciadores (embaixadores de marca), constituição de grupos/comitês de influenciadores para opinar sobre a imagem e reputação da marca, pesquisa de imagem com influenciadores sobre a marca e seus produtos, conteúdos de marca direcionados aos influenciadores etc.

CAPÍTULO V – CASES REGIONAIS DO ANO BRASIL

Art. 5º – O *Prêmio Jatobá PR 2025* contará com cinco premiações regionais, restritas às três verticais brasileiras, para as quais não haverá inscrições e que distinguirão os *cases* que obtiverem a melhor nota média entre todos os concorrentes de cada uma das cinco regiões

do País, sejam eles da vertical Organização Empresarial ou Pública, ou das verticais Agência-Butique ou Grande Agência.

§ 1º – Para a formação da *shortlist* e classificação final dos *cases* regionais, serão levadas em consideração as mesmas notas recebidas da Comissão de Julgamento e aplicadas à premiação geral.

§ 2º – Os cinco *cases* de cada uma das cinco regiões brasileiras (Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul) que obtiverem as melhores notas no julgamento geral comporão as *shortlists* regionais e, disputarão, entre si, regionalmente, o *Troféu Jatobá PR 2025*, a ser concedido aos campeões (primeiros colocados) de cada uma delas, observado o que dispõe o § 3º.

§ 3º – Caso o *case* de maior nota da região, qualquer que seja ela, tenha sido também o *case* de maior nota do *Prêmio Jatobá 2025*, conquistando a categoria de Case do Ano Brasil, ele deixará de concorrer na categoria de Case Regional do Ano, sendo declarado vencedor desta categoria o segundo classificado em pontuação.

CAPÍTULO VI – PRÊMIAÇÕES ESPECIAIS

Art. 6º – O *Prêmio Jatobá PR 2025* contará adicionalmente com outras oito premiações especiais, para as quais não haverá inscrições e que distinguirão Organizações e Cases das quatro verticais abrangidas pela premiação.

§ 1º – As premiações especiais para Organizações e Cases serão definidas a partir dos seguintes critérios:

- Conjunto de notas obtidas pelos *cases* e organizações nas várias categorias;
- Conjunto de *cases* classificados nas *shortlists* e as respectivas classificações nelas obtidas
- Análises e conceituações da Comissão de Julgamento
- Análises e conceituações do Conselho Deliberativo do *Prêmio Jatobá PR 2025*

§ 2º – As premiações especiais são as seguintes:

AGÊNCIA-BUTIQUE DO ANO BRASIL

Distinção à *Agência-Butique* que obtiver o melhor desempenho no *Prêmio Jatobá PR 2025*. A vencedora será a Agência que, dentro desta vertical, obtiver na premiação o melhor desempenho, em medição que levará em consideração o total de *cases* classificados para a final; as notas médias e a classificação desses *cases*; e os troféus conquistados.

GRANDE AGÊNCIA DO ANO BRASIL

Distinção à Grande Agência que obtiver o melhor desempenho no *Prêmio Jatobá PR 2025*. A vencedora será a Agência que, dentro do segmento das grandes, obtiver na premiação o melhor desempenho, em medição que levará em consideração o total de *cases* classificados para a final; as notas médias e a classificação desses *cases*; e os troféus conquistados.

ORGANIZAÇÃO EMPRESARIAL OU PÚBLICA DO ANO BRASIL

Distinção à Organização Empresarial ou Pública que obtiver o melhor desempenho no *Prêmio Jatobá PR 2025*. A vencedora será a Organização/Instituição, pública ou privada, que obtiver na premiação o melhor desempenho, em medição que levará em consideração o total de *cases* classificados para a final; as notas médias e a classificação desses *cases*; e os troféus conquistados.

ORGANIZAÇÃO DO ANO AMÉRICA LATINA

Distinção à Organização da América Latina, seja ela empresa, agência ou qualquer outra instituição, que obtiver o melhor desempenho no *Prêmio Jatobá PR 2025*, nesta vertical. A vencedora será a Organização que obtiver na premiação o melhor desempenho, em medição que levará em consideração o total de *cases* classificados para a final; as notas médias e a classificação desses *cases*; e os troféus conquistados.

CASE AGÊNCIA-BUTIQUE DO ANO BRASIL

Distinção ao *case* brasileiro de Agência-Butique que, entre todos os *cases* inscritos nesta vertical do *Prêmio Jatobá PR 2025*, obtiver a maior nota considerando todos os concorrentes.

CASE GRANDE AGÊNCIA DO ANO BRASIL

Distinção ao *case* de Grande Agência que, entre todos os *cases* inscritos nesta vertical do *Prêmio Jatobá PR 2025*, obtiver a maior nota considerando todos os concorrentes.

CASE ORGANIZAÇÃO EMPRESARIAL OU PÚBLICA DO ANO BRASIL

Distinção ao *case* de Organização Empresarial ou Pública que, entre todos os *cases* inscritos nesta vertical do *Prêmio Jatobá PR 2025*, obtiver a maior nota considerando todos os concorrentes.

CASE ORGANIZAÇÃO GERAL DO ANO AMÉRICA LATINA

Distinção ao *case* de Organização da América Latina que, entre todos os *cases* inscritos nesta vertical do *Prêmio Jatobá PR 2025*, obtiver a maior nota considerando todos os concorrentes.

CAPÍTULO VII – DA PREMIAÇÃO HONORÍFICA

Art. 7º – O *Prêmio Jatobá PR 2025* contará ainda com uma premiação honorífica, o *Prêmio Decio Paes Manso de Contribuição à Comunicação Corporativa e ao PR*, a ser concedida à instituição reconhecida por seus méritos no apoio à atividade de PR na América Latina. A escolha da instituição a ser homenageada ficará sob a responsabilidade direta do Conselho Deliberativo do *Prêmio Jatobá PR*. A instituição escolhida receberá no dia do evento de premiação o *Troféu Especial Jatobá PR*, cujo nome é uma homenagem a um dos idealizadores da premiação, Decio Paes Manso, falecido em fevereiro de 2023.

CAPÍTULO VIII – DAS INSCRIÇÕES

Art. 8º – Poderão ser inscritos no *Prêmio Jatobá PR 2025* *cases* de PR produzidos no Brasil ou na América Latina, respeitadas as diretrizes deste Regulamento quanto aos prazos e categorias existentes.

§ 1º – A Ficha de Inscrição, de preenchimento obrigatório, será o documento de identidade perante a Secretaria Executiva do *Prêmio Jatobá PR 2025*.

§ 2º – Cada inscrição – de *cases* diferentes ou do mesmo *case* em diferentes categorias – exigirá uma Ficha de Inscrição própria.

§ 3º – O cadastro básico com os dados da Organização, no entanto, valerá para todas as inscrições por ela efetivadas.

Art. 9º – Os *cases* deverão ser inscritos no site www.jatobapr.com.br. No ato de inscrição será obrigatória a inclusão da logomarca da empresa em arquivo de extensão CDR (Corel Draw), AI (Illustrator), EPS ou PDF, em campo criado especificamente para isso.

§ 1º – Não serão aceitas outras formas de inscrição.

Art. 10º – No caso de inscrições para as verticais Grande Agência e Agência-Butique, fica facultado à própria agência identificar-se como Grande ou Butique, independentemente de seu porte, portfólio, clientes, região geográfica em que esteja situada etc. Valerá, para efeitos desta premiação, a autodeclaração feita pela empresa no ato da inscrição.

Art. 11º - Ainda no caso de inscrições para as verticais Grande Agência e Agência-Butique, caberá à Agência obter, quando necessária, a autorização do cliente para a inscrição do *case*, o mesmo valendo para agências (grandes e butiques) concorrentes à vertical Organização América Latina. Essa autorização, quando se justificar, deverá ser enviada à Organização do Prêmio no ato da inscrição.

§ 1º – O *Prêmio Jatobá PR 2025* não se responsabilizará por inscrição feita sem autorização ou à revelia da empresa contratante, caso essa venha posteriormente desautorizar a participação do *case* na premiação.

§ 2º – Caso entenda necessária, a Secretaria Executiva poderá solicitar comprovação ou informações adicionais a respeito de qualquer trabalho inscrito, bem como realizar uma averiguação para certificar-se de sua autenticidade.

Art. 12º – As Grandes Agências e as Agências-Butique, que assim se declararem no ato da inscrição, só poderão inscrever seus *cases* exclusivamente nas categorias das respectivas verticais, ou seja Grandes Agências e Agências-Butique.

§ 1º – São exceções os *autos cases* (ou seja, *cases* desenvolvidos para a própria agência) que venham a se enquadrar numa das categorias exclusivas de Organizações Empresariais ou Públicas, sendo que, nestes casos, e exclusivamente neles, as Grandes Agências e as Agências-Butique serão equiparadas e concorrerão como Organizações Empresariais ou Públicas Brasil.

Art. 13º – As Organizações Empresariais ou Públicas Brasil só poderão inscrever seus *cases* nas categorias dessa própria vertical, sendo obrigatório mencionar na ficha de cadastro o nome da agência de comunicação nos casos em que o *case* contou com essa participação.

Art. 14º – As Organizações poderão inscrever no *Prêmio Jatobá PR 2025* quantos *cases* desejarem e um mesmo *case* em até no máximo três categorias na mesma ou em mais de uma vertical, ou seja, se um *case* inscrito por uma agência (Grande ou Butique) se enquadrar também numa das categorias de Organização Empresarial ou Pública, esse *case* poderá ser inscrito nesta vertical, mas, neste caso, sob a responsabilidade da própria Organização titular do *case* e não da agência que o produziu, embora esta também deva ter seu nome mencionado na ficha técnica da inscrição. Do mesmo modo, se um *case* de uma Organização Empresarial ou Pública se enquadrar nas categorias das verticais Grande Agência e Agência-Butique, este *case* poderá ser inscrito nessas verticais, mas, neste caso, sob responsabilidade da agência.

§ 1º – O pagamento das inscrições ao *Prêmio Jatobá PR* é definido pelo número de inscrições e não pelo número de *cases*. Se a organização inscrever, por exemplo, um *case* em três categorias, o valor a ser pago é o de três inscrições e não de uma.

§ 2º – No ato da inscrição, os responsáveis deverão assegurar-se de que os *cases* estão sendo inscritos nas respectivas verticais em que se enquadrem, para evitar desclassificações.

Art. 15º – O pagamento das inscrições é calculado pelo número de inscrições e não de *cases*, sendo que a premiação oferece descontos por volume – quanto maior o número de inscrições menor o valor individual dos *cases* inscritos.

§ 1º – No caso de pagamentos feitos a partir do exterior, estes deverão observar o câmbio do dia, na cotação do real, devendo ser feito por meio de instituições financeiras habilitadas para transferências internacionais de moeda.

§ 2º – Uma vez inscrito, o *case* não poderá ser transferido de categoria, nem de vertical de premiação, a menos que se comprove que no ato da inscrição o participante tenha sido involuntariamente induzido a erro. Nesse caso, deverá formular a solicitação diretamente à Secretaria Executiva, para que esta analise o pleito e, no caso de aprovação, providencie o remanejamento.

§ 3º – Os custos dessas inscrições estão detalhados no Anexo I.

CAPÍTULO IX – DAS INSCRIÇÕES PARA AS CATEGORIAS ORGANIZAÇÃO AMÉRICA LATINA

Art. 16º – As inscrições de *cases* nas categorias Organização América Latina seguirão as mesmas diretrizes das inscrições das outras três verticais da premiação.

§ 1º – Não haverá necessidade de tradução do *case* ou das peças que o integrem.

CAPÍTULO X – DO PERÍODO DE VALIDADE DOS TRABALHOS E DO PRAZO DE INSCRIÇÃO

Art. 17º – Poderão ser inscritos *cases* e projetos realizados no período compreendido entre 01/01/2024 e 30/9/2025.

§ 1º – Não é necessário que o projeto tenha sido inteiramente concluído nesse intervalo de tempo, mas é recomendável que sua realização tenha tido protagonismo no período.

§ 2º – Projetos em andamento, e ainda não concluídos, também poderão ser inscritos, desde que tenham partes relevantes realizadas no período.

§ 3º – Projetos que já tenham sido inscritos em edições anteriores do *Prêmio Jatobá PR* podem voltar a concorrer no certame nas seguintes condições:

- Desde que tenham etapas comprovadamente inéditas em seu planejamento e execução;
- Em categorias distintas das que concorreu em edições anteriores.

Art. 18º – As inscrições no *Prêmio Jatobá PR 2025* poderão ser feitas entre 01/05/2025 e 30/09/2025.

CAPÍTULO XI – DO ENVIO E DO FORMATO DOS TRABALHOS

Art. 19º – Os *cases* que concorrerão ao *Prêmio Jatobá PR 2025* deverão ser encaminhados com a Ficha de Inscrição pelo site www.jatobapr.com.br até o prazo final concedido pela organização para o recebimento dos trabalhos. Inscrições antecipadas, com pagamento posterior, ou pagamentos antecipados, com inscrições posteriores, seguirão as determinações estabelecidas pelo Conselho Deliberativo do *Prêmio Jatobá PR 2025*. Em nenhuma hipótese, no entanto, um *case* seguirá para julgamento sem que o respectivo pagamento seja efetivado.

Art. 20º – A inscrição completa deverá conter:

1. Ficha de Inscrição, com os dados cadastrais da organização responsável pelo *case*.
2. Ficha Técnica do projeto, incluindo:
 - a – Tipo de Organização: se *Grande Agência* ou *Agência-Butique* (valendo para esse fim a autodeclaração da agência, independentemente de porte, faturamento, clientes ou região em que esteja estabelecida); ou Organização/Instituição Privada ou Pública;
 - b – Título com no máximo 90 caracteres;
 - c - Uma sinopse do *case* com no máximo 400 caracteres (somados espaços e pontuação);
 - d - Cronograma, assinalando as etapas básicas planejadas e cumpridas;
 - e - Orçamento (informação opcional, mas relevante para apoiar as decisões do júri, e que será mantida em sigilo);
 - f - Número de pessoas que atuaram no projeto;
 - g - Detalhamento da equipe, com os nomes e as respectivas funções.

3. Um vídeo-*case* explicativo com até 5 minutos de duração, que apresente o *case* ao Júri. O objetivo é didático, sendo que o mais importante é que contextualize o *case*, defina seus objetivos, as razões e motivações do projeto, a estratégia adotada, as ações realizadas, os resultados obtidos e porque a Organização o considera merecedor da premiação.

Importante: cabe frisar que esse vídeo será o primeiro contato do *case* com os jurados e uma boa impressão inicial é sempre relevante para a análise que virá na sequência. É o cartão de visitas do *case* junto ao júri. Não há necessidade de sofisticação, mas é importante

que leve aos jurados informações contextualizadas, consistentes, críveis, com uma narrativa atraente, um visual elegante, uma linguagem substantiva e um encadeamento objetivo.

4. Entre um e cinco arquivos que apresentem os múltiplos aspectos do *case* e as diversas etapas de sua realização, desde a ideia, o planejamento, as ações e os resultados, que podem ser em pdf, ppt, vídeo, áudio ou outro meio compatível com a plataforma de inscrição.

a – Não há limites para a inclusão de *links* dentro de cada um desses arquivos; no entanto, é importante lembrar que o exagero pode desestimular um olhar mais acurado do corpo de jurados.

Art. 21º – Os arquivos deverão ser enviados por meio digital, lembrando que um documento é igual a um arquivo digital.

§1º – Cada *case* deverá conter um mínimo de dois arquivos, sendo um deles obrigatoriamente o vídeo-*case*. O segundo arquivo poderá ser pdf, ppt ou outro compatível com a plataforma de inscrição.

§2º – Além desses dois arquivos mínimos, cada *case* poderá conter outros três, totalizando um máximo de cinco arquivos, sempre levando em consideração que sejam compatíveis com a plataforma de inscrição.

§ 3º – Os arquivos que apresentarão o *case* ao corpo de jurados poderão conter, por exemplo, documentos de planejamento; comunicados e kits de imprensa; galeria de fotos; web séries; apresentações em PPT de no máximo dez telas; filmes com até 5 minutos; e qualquer material online ou outra mídia.

§ 4º – O envio deverá ser feito por *upload* via site, observando-se os seguintes formatos de arquivo:

a - Para imagens: JPG; JPEG; GIF; PNG (com 300 dpi);

b - Para vídeos/filmes: MOV; FLV; AVI; MPG; MPEG; MP4; WMV. Também é possível indicar um *link* que direcione para o filme;

c - Para apresentações: PDF ou PPT (preferencialmente convertendo PPT em PDF, em tamanho igual ou menor que 8 MB).

CAPÍTULO XII – DA INCLUSÃO DOS TRABALHOS NO BANCO DE CASES

Art. 22º – Todas as inscrições ao *Prêmio Jatobá PR 2025* terão garantido o direito à inclusão no *Banco de Cases* da premiação, bastando para isso que a Organização manifeste no ato da inscrição a sua concordância com a iniciativa.

CAPÍTULO XIII – DAS INSTÂNCIAS DE VALIDAÇÃO/AVALIAÇÃO DOS TRABALHOS, DA TRIAGEM E DA COMPOSIÇÃO DA COMISSÃO DE JULGAMENTO

Art. 23º – O *Prêmio Jatobá PR 2025* terá duas instâncias de validação/avaliação dos trabalhos: a Coordenação de Triagem, responsável pela validação das inscrições; e a Comissão de Julgamento, responsável pela avaliação técnica dos *cases*.

Art. 24º – A Coordenação de Triagem será realizada pela Secretaria Executiva da premiação. Sua única função é averiguar se as inscrições estão de acordo com as exigências do Regulamento.

§ 1º – Não caberá à Coordenação de Triagem analisar a adequação dos *cases* às categorias em que forem inscritos, tendo em vista que um dos critérios a serem analisados pela Comissão de Julgamento é justamente a correta adequação do *case* à categoria em que foi inscrito.

Art. 25º – A Comissão de Julgamento terá tantos integrantes quantos forem necessários para o bom andamento dos trabalhos, com a garantia de plena liberdade e independência nas análises e notas que concederá.

CAPÍTULO XIV – DAS RESPONSABILIDADES DA COORDENAÇÃO DE TRIAGEM

Art. 26º – A Coordenação de Triagem atuará no período em que as inscrições estiverem abertas e a sua responsabilidade será avaliar sistematicamente os trabalhos à medida que forem inscritos.

§ 1º – Caberá a ela averiguar se a inscrição atende aos requisitos do Regulamento, que são os seguintes:

- a** - Autoria da Inscrição – Se tem origem em Organização com sede no Brasil ou na América Latina;
- b** - Data da Inscrição – Se foi realizada entre os dias 01/05/2025 e 30/09/2025;
- c** - Ficha de Inscrição – Se está corretamente preenchida;
- d** - Período de Realização do Trabalho – Se a realização do trabalho – ou parte significativa dele – deu-se efetivamente no período entre 01/01/2024 e 30/09/2025, e se é inédito no âmbito do *Prêmio Jatobá PR 2025*;
- e** - Documentação Enviada – Se a documentação enviada está completa e de acordo com o que determina o Regulamento;
- f** - Correção e Qualidade dos Arquivos e Links – Se os arquivos e os links estão corretos e tecnicamente em condições de avaliação pela Comissão de Julgamento.

§ 2º – Estando tudo de acordo, o trabalho será validado e estará apto para seguir para a próxima etapa.

§ 3º – Inscrições com pendências só serão efetivadas quando tudo estiver equacionado. Caso não sejam validadas em tempo hábil para o julgamento, serão desclassificadas sem devolução do pagamento, a menos que a responsabilidade seja comprovadamente da organização da premiação.

CAPÍTULO XV – DO PERFIL DA COMISSÃO DE JULGAMENTO

Art. 27º - A Comissão de Julgamento será integrada por docentes dos cursos superiores de comunicação social, executivos do mercado da comunicação corporativa de empresa e agências e profissionais de áreas afins e de negócios conectados com a comunicação corporativa, sendo que deles se exigirá conhecimento da atividade e reconhecida trajetória mercadológica.

Art. 28º – Não será permitido ao jurado julgar *cases* de empresa em que trabalha ou mantenha algum relacionamento profissional. Caso isso seja identificado antes do julgamento, a Comissão de Organização mudará a categoria ou o *case* a ser julgado, evitando desse modo conflito de interesse. Caso se verifique *a posteriori* essa situação, com o julgamento já feito, o voto desse jurado no *case* onde haja possível conflito de interesse será anulado.

CAPÍTULO XVI – RESPONSABILIDADES DA COMISSÃO DE JULGAMENTO E DOS QUESITOS A SEREM JULGADOS

Art. 29º – A Comissão de Julgamento terá a responsabilidade de julgar os *cases* distribuídos pelas categorias **1 a 42**, conforme detalhamento a seguir:

GRANDE AGÊNCIA

- Análise de Dados para Estratégias de Comunicação
- Assessoria de Imprensa/Relacionamento com a Mídia
- Campanha de Comunicação
- Comunicação Digital
- Comunicação Integrada
- Comunicação Interna
- Evento de Comunicação
- Media Training
- Mídia Corporativa
- Pesquisa de Comunicação
- Projeto Especial
- Relacionamento com Influenciadores

AGÊNCIA-BUTIQUE

- Análise de Dados para Estratégias de Comunicação
- Assessoria de Imprensa/Relacionamento com a Mídia
- Campanha de Comunicação
- Comunicação Digital
- Comunicação Integrada
- Comunicação Interna
- Evento de Comunicação
- Media Training
- Mídia Corporativa
- Pesquisa de Comunicação
- Projeto Especial
- Relacionamento com Influenciadores

ORGANIZAÇÃO EMPRESARIAL OU PÚBLICA

- Campanha Institucional/Utilidade Pública
- Causa e Propósito
- Comunicação com Comunidade

- Comunicação em Liderança de Pensamento (*Thought Leadership*)
- Diversidade, Equidade e Inclusão (DE&I)
- ESG – Environmental, Social and Governance
- Experiência de Marca
- Inteligência Artificial na Comunicação
- KPIs de Comunicação/Demonstração de Resultados
- Marca Publisher
- Projeto Especial
- Relatório de Sustentabilidade

ORGANIZAÇÃO AMÉRICA LATINA

- Assessoria de Imprensa / Relacionamento com a Mídia
- Campanha de Comunicação / Campanha Institucional / Utilidade Pública
- Comunicação Integrada
- Projeto Especial
- Relacionamento com Influenciadores

GERAL – PARA AS QUATRO VERTICAIS

- Comunicação para a COP30

Art. 30º – Dentro de cada uma dessas categorias, a Comissão de Julgamento deverá avaliar os quesitos relacionados a seguir, atribuindo a cada um deles notas de zero a dez, sem casa decimal:

- Inovação e Originalidade – Aspectos inovadores e originais do *case* em relação ao que tradicionalmente se faz. Diferenciais do projeto que o distinguem e o tornam especial, atraente, singelo, encantador
- Estratégia – Grau de eficácia da estratégia planejada em relação aos propósitos do projeto e aos resultados que se buscavam
- Criatividade – Grau de criatividade embutido no planejamento e na realização da ação e que permitiu ao projeto despertar a atenção e o interesse do público a que se destinou
- Ideia/Inspiração – Qualidade, consistência e pertinência da ideia desenvolvida em relação à proposta e aos objetivos principais do projeto
- Legado – Legado que o projeto aporta para a organização ou mesmo para a atividade de PR, em termos de resultados, transformações, avanços etc.
- Técnica – Planejamento e utilização das técnicas de PR e mesmo de outras disciplinas na execução do projeto
- Resultado – Quanto o resultado obtido atendeu às expectativas geradas pelo planejamento e objetivos gerais desejados
- Apresentação – Qualidade da apresentação do *case* inscrito em termos de clareza, organização das peças, qualidade do material, entendimento dos propósitos etc.
- Execução – Qualidade da execução do projeto, considerando as várias etapas envolvidas e o sucesso obtido em cada uma delas
- Enquadramento na Categoria – Correto enquadramento do *case* na categoria

CAPÍTULO XVII – DA DINÂMICA DO JULGAMENTO

Art. 31º – A Comissão de Julgamento fará todo o seu trabalho em ambiente online e terá o apoio de um *Help Desk*. Isso se dará por meio do site www.jatobapr.com.br, com acesso mediante login e senha personalizados.

§ 1º – A consolidação das notas e as respectivas classificações dos trabalhos serão feitas no ambiente e pelo *software* da premiação, sob a supervisão de auditoria independente.

§ 2º – Cada *case* será julgado por cinco jurados, recebendo cinco notas, sendo a menor delas descartada. A média das notas válidas é que definirá a nota final do *case*.

CAPÍTULO XVIII - DA SHORTLIST

Art. 32º – As **42** categorias regulares do *Prêmio Jatobá PR 2025* contarão com *Shortlists* integradas por até cinco finalistas cada uma.

§ 1º – As *Shortlists* serão formadas tomando por base as médias obtidas pelos *cases*.

§ 2º - As *Shortlists* serão divulgadas conforme definido pelo calendário da premiação.

CAPÍTULO XIX – DA NOTA MÍNIMA PARA FIGURAR NA SHORTLIST

Art. 33º – A média mínima de um *case* para se classificar, integrar a *Shortlist* e concorrer ao *Troféu Jatobá PR 2025* é sete.

§ 1º – Caso o *case* tenha nota média inferior a sete estará automaticamente desclassificado e não poderá integrar a *Shortlist*, mesmo que na categoria em que concorra o número de finalistas seja inferior a cinco.

CAPÍTULO XX – DOS RESULTADOS E DA CLASSIFICAÇÃO DOS CASES – CATEGORIAS DE 1 A 42

Art. 34º – Concluído o julgamento e fechadas as médias dos *cases* das categorias de números **1 a 42**, sairá a *Shortlist* com até cinco *cases* finalistas em cada uma delas, nas quatro verticais da premiação e na categoria especial Comunicação para a COP30, abertas às quatro verticais.

Art. 35º – No caso de categorias que não atinjam cinco trabalhos com nota média igual ou superior a sete, integrarão as *Shortlists* apenas os trabalhos que obtiverem essa pontuação.

§ 1º – Caso não haja nenhum trabalho com nota média igual ou superior a sete, a categoria não terá premiados.

§ 2º – No caso de empate entre *cases* classificados na *Shortlist*, o desempate será feito pelas médias obtidas em cada um dos dez quesitos julgados, na sequência estabelecida no presente Regulamento, a saber: Inovação e Criatividade, Estratégia, Ideia/Inspiração, Originalidade, Legado, Técnica, Resultado, Apresentação e Execução, e Enquadramento na Categoria.

§ 3º – Persistindo o empate, prevalecerá a igualdade na posição em que acontecer, ainda que isso eleve o número de finalistas da *Shortlist*.

§ 4º – Caso o empate se dê na 1ª posição, os *cases* empatados serão declarados vencedores.

CAPÍTULO XXI – DO CERTIFICADO ESPECIAL AOS CLIENTES E ÀS GRANDES AGÊNCIAS E AGÊNCIAS-BUTIQUE

Art. 36º – Todas as premiações concedidas pelo *Prêmio Jatobá PR 2025* aos *cases* campeões reconhecerão, complementarmente, com um Certificado Especial, os clientes desses *cases* – no caso das verticais Grandes Agências e Agências-Butique; e reconhecerá com esse mesmo Certificado Especial as Grandes Agências e Agências-Butiques que atuarem como parceiras fornecedoras nos *cases* de Organizações/Instituições Privadas ou Públicas.

CAPÍTULO XXII – DA DATA DE REALIZAÇÃO DO EVENTO DE PREMIAÇÃO

Art. 37º – O Evento de Premiação do *Prêmio Jatobá PR 2025* será realizado no dia 1 de dezembro de 2025.

§1º – Os detalhes serão definidos oportunamente e amplamente divulgados a todo o mercado.

CAPÍTULO XXIII – DA FISCALIZAÇÃO E ACOMPANHAMENTO POR AUDITORIA INDEPENDENTE

Art. 38º – Todas as etapas de avaliação do *Prêmio Jatobá PR 2025* serão acompanhadas por Auditoria Independente, de forma a garantir a lisura, a transparência e a correção dos resultados da premiação.

§ 1º – O acompanhamento e a validação oficial dos procedimentos definidos pela premiação para a escolha dos vencedores incluem:

- a - O processo de triagem, pelo qual passam todas as inscrições, o qual será feito pela Coordenação de Triagem;
- b - O processo de avaliação pela Comissão de Julgamento dos *cases* inscritos nas categorias de **1 a 42**;
- c - A metodologia que definirá as premiações especiais.

§ 2º – Sendo necessário, a Auditoria Independente poderá sugerir alterações nos processos de votação e regras do Regulamento ainda para a atual edição, com vistas a prover maior segurança e transparência à premiação.

§ 3º – Caberá, ainda, à Auditoria Independente acompanhar e fiscalizar as etapas de julgamento, de consolidação das médias e notas finais, definição das *Shortlists* e o Evento de Premiação.

CAPÍTULO XXIV – DA DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS

Art. 39º – Os resultados das principais etapas do *Prêmio Jatobá PR 2025* serão oficialmente divulgados nos veículos das empresas que constituem o *Grupo Empresarial de Comunicação (GECOM)*, a saber Boxnet, Business News, Jornalistas Editora e Mega Brasil Comunicação.

§ 1º – Todo o material de divulgação será também colocado à disposição da imprensa especializada e geral e das organizações participantes, para que possam divulgar em seus próprios canais e compartilhar nas respectivas redes sociais.

CAPÍTULO XXV – DAS DÚVIDAS E OUTROS ESCLARECIMENTOS

Art. 40º – O *Prêmio Jatobá PR 2025* contará com o suporte de um *Help Desk* durante todas as etapas da premiação, desde o momento da inscrição.

§ 1º – Esse *Help Desk* prestará atendimento por meio digital.

CAPÍTULO XXVI – DAS RECLAMAÇÕES

Art. 41º – A Secretaria Executiva do *Prêmio Jatobá PR 2025* receberá por escrito todas as reclamações dos interessados, levando os assuntos, quando for o caso, à análise do Conselho Deliberativo.

§ 1º – Os casos omissos e não previstos neste Regulamento serão examinados e decididos pelo Conselho Deliberativo, com o amparo das demais instâncias de Governança do *Prêmio Jatobá PR 2025*.

§ 2º – Sugestões relativas à criação, fusão ou eliminação de categorias, alterações na metodologia e forma de julgamento, composição do júri e outras que modifiquem o perfil da premiação atual serão analisadas para o concurso de 2026.

§ 3º – As decisões do Conselho Deliberativo são soberanas e sobre elas não caberão recursos de quaisquer naturezas.

§ 4º – Também não caberão recursos contra as premiações, todas elas consolidadas a partir de notas e conceitos emitidos por um corpo de jurados de notório conhecimento e reconhecida trajetória profissional, sob a fiscalização de auditoria independente.

CAPÍTULO XXVII – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Art. 42º – Ao se inscreverem no *Prêmio Jatobá PR 2025*, as Organizações e respectivos responsáveis autorizam a utilização, sem ônus, dos *cases* inscritos, desde que associados à premiação, para divulgação em qualquer meio de comunicação, próprio ou de terceiros.

Art. 43º – Os responsáveis pelas inscrições, na condição de representantes das empresas em que trabalham, declaram expressamente que, no ato da inscrição ao *Prêmio Jatobá PR 2025*, têm pleno conhecimento do presente Regulamento, manifestando sua incondicional e expressa concordância com todos os seus termos e normas.

ANEXO 1
(Páginas 23 e 24)

PREÇOS DE INSCRIÇÃO

Preços de Inscrição Jatobá PR 2025			
Tipo de Organização	Preços Básicos	Descontos	Valor C/ Desconto
Grande Agência	R\$ 2.650,00	Até 31.05.25 20%	R\$ 2.120,00
	R\$ 2.650,00	Até 31.07.25 15%	R\$ 2.252,50
Agência-boutique	R\$ 1.800,00	Até 31.05.25 20%	R\$ 1.440,00
	R\$ 1.800,00	Até 31.07.25 15%	R\$ 1.530,00
Organizações Empresariais e Públicas	R\$ 2.650,00	Até 31.05.25 20%	R\$ 2.120,00
	R\$ 2.650,00	Até 31.07.25 15%	R\$ 2.252,50
América Latina	R\$ 2.650,00	Até 31.05.25 20%	R\$ 2.120,00
	R\$ 2.650,00	Até 31.07.25 15%	R\$ 2.252,50
Descontos Especiais A Partir de 01.08.2025	Percentual	Observação	
Participantes Edições Anterior	10,00%	Descontos não cumulativos valendo o maior benefício	
Associados Abracom	5,00%		
Associados ABC Pública	5,00%		
Descontos por Volume	Percentual	Observação	
Todos os Participantes	de 5,0% a 31,5%	Cumulativo incide sobre todos os Descontos	
Pagamento	Condições		
Por Pix - 28.823.061/0001-78	Parcela Única		
Por Boleto	Parcela Única		
Por Cartão de Crédito	Em até 5 vezes		
Observações			
1. Os interessados poderão fazer o pagamento antecipado e as inscrições posteriormente, garantindo os descontos e condições da			
2. O inverso também poderá ser feito, os interessados que já tiverem os cases prontos podem inscrevê-los agora e fazer o pagamento até o prazo final, sujeitos aos preços e condições da data do pagamento.			

DESCONTO POR VOLUME

Jatobá PR 2025 - Pacotes de Inscrições - Desconto por Volume						
Grande Agência Org. Empresariais e Públicas Organizações América Latina				Agência-Butique		
Volume		Desconto	Pacotes	Volume		Pacotes
1	Inscrição		R\$ 2.650	1	Inscrição	R\$ 1.800
2	Inscrições	5,00%	R\$ 5.035	2	Inscrições	R\$ 3.420
3	Inscrições	8,00%	R\$ 7.314	3	Inscrições	R\$ 4.968
4	Inscrições	11,00%	R\$ 9.434	4	Inscrições	R\$ 6.408
5	Inscrições	14,00%	R\$ 11.395	5	Inscrições	R\$ 7.740
6	Inscrições	15,50%	R\$ 13.436	6	Inscrições	R\$ 9.126
7	Inscrições	17,00%	R\$ 15.397	7	Inscrições	R\$ 10.458
8	Inscrições	18,50%	R\$ 17.278	8	Inscrições	R\$ 11.736
9	Inscrições	20,00%	R\$ 19.080	9	Inscrições	R\$ 12.960
10	Inscrições	21,50%	R\$ 20.803	10	Inscrições	R\$ 14.130
11	Inscrições	22,50%	R\$ 22.591	11	Inscrições	R\$ 15.345
12	Inscrições	23,50%	R\$ 24.327	12	Inscrições	R\$ 16.524
13	Inscrições	24,50%	R\$ 26.010	13	Inscrições	R\$ 17.667
14	Inscrições	25,50%	R\$ 27.640	14	Inscrições	R\$ 18.774
15	Inscrições	26,50%	R\$ 29.216	15	Inscrições	R\$ 19.845
16	Inscrições	27,50%	R\$ 30.740	16	Inscrições	R\$ 20.880
17	Inscrições	28,50%	R\$ 32.211	17	Inscrições	R\$ 21.879
18	Inscrições	29,50%	R\$ 33.629	18	Inscrições	R\$ 22.842
19	Inscrições	30,50%	R\$ 34.993	19	Inscrições	R\$ 23.769
20	Inscrições	31,50%	R\$ 36.305	20	Inscrições	R\$ 24.660

/.