

# Abap cria guia de boas práticas para agências

Após Mensalão e Lava Jato, associação tenta estabelecer normas de 'compliance' para a atuação do setor

Escândalos como a prisão de Marcos Valério, no caso do Mensalão, e o envolvimento de agências de publicidade em contratos fraudulentos da Operação Lava Jato, que investiga corrupção envolvendo a Petrobrás, serviram para riscar a imagem do mercado. No ano passado, a anulação de uma licitação do Banco do Brasil por suspeita de fraude veio para reforçar que nem sempre as relações em concorrências são pautadas pela ética. Por isso, a Agência



AMANDA PERIBELLI/ESTADÃO-27/10/2017

**Prática.** D'Andrea: Abap vai monitorar aplicação de regras

Nacional das Agências de Publicidade (Abap) está criando um manual de compliance para gerir a atuação do setor.

O objetivo, segundo o presidente da Abap, Mário D'Andrea, é evitar que as maças podres da publicidade venham a

contaminar todo o setor. Além disso, com um manual sobre as melhores práticas, vai ficar mais difícil para empresas alegarem que simplesmente não sabiam o modo certo de agir na relação tanto com o setor público quanto com o privado.

O guia de boas práticas foi elaborado durante oito meses pela Fundação Dom Cabral, de Belo Horizonte (MG), e recebeu o aval do Ministério Público de São Paulo. O lançamento foi realizado em evento realizado no início do mês.

Segundo D'Andrea, a Abap vai acompanhar a implementação pelas agências. "O guia não fala só de corrupção, mas também de situações que fazem parte do dia a dia da atividade", explica. "Há, por exemplo, a situação dos direitos autorais. Atualmente não existe um modelo de contrato de direitos. E o que acontece é que cada agência acaba fazendo de um jeito."

**Padronização.** Essa busca pela padronização é um desafio em um segmento heterogêneo. Is-

so porque, apesar da onda de fusões e aquisições nos últimos anos, a atividade continua a ser pulverizada. Hoje, segundo a Abap, existem cerca de 3,7 mil agências em todo o País – desse total, apenas 1,3 mil são empresas credenciadas pelo Conselho Executivo de Normas Padrão (Cenp), que regula a relação entre veículos, agências e anunciantes. A Abap reúne hoje apenas 160 agências.

Embora o manual da Abap e da Fundação Dom Cabral reúna apenas sugestões de como as agências devem agir, haverá um

**● Nova ordem**  
"O manual vem para tirar as agências da armadilha do 'eu acho', pois estabelece limites e regras."

**Mário D'Andrea**  
PRESIDENTE DA ABAP

projeto-piloto de aplicação das normas em cinco agências de Minas Gerais. "As empresas vão se unir no projeto para diluir os custos", explica D'Andrea. "A experiência vai servir de modelo para que possamos aplicar os aprendizados nas demais regionais."

Além de se dedicara aspectos comuns ao dia a dia da profissão – como o que é adequado na hora de apresentar clientes e parceiros –, o manual elaborado pela Fundação Dom Cabral também se dedica a questões de confidencialidade e ao acesso a informação privilegiada tanto de empresas listadas em Bolsa quanto de órgãos do governo. "O manual vem para tirar as agências da armadilha do 'eu acho', pois impõe limites e regras", diz o presidente da Abap. "É uma ferramenta que, de certa forma, vai proteger as agências." /F.S.