

# Código de Conduta para Inscrição de Agências em Premiações

A ABAP, como entidade representativa das empresas de comunicação e publicidade brasileiras, tem como missão promover um ambiente de negócios ético, transparente e colaborativo, valorizando a criatividade como ativo estratégico do nosso setor.

Diante das inúmeras transformações vivenciadas pelo mercado de comunicação, desenvolvemos o **Código de Conduta para Inscrição de Agências em Premiações**, construído de forma criteriosa, ouvindo lideranças do setor, entidades parceiras e profissionais experientes no ecossistema criativo.

Este documento estabelece diretrizes claras para apoiar as agências a assegurarem que toda participação em festivais siga padrões éticos e responsáveis com todo o ecossistema de comunicação. Mais do que um conjunto de regras, este código é um **compromisso coletivo com a reputação da publicidade brasileira**.

Convidamos todas as agências a adotarem formalmente este Código, assinando o **Termo de Compromisso Ético** que o acompanha. Trata-se de um passo importante e necessário para proteger nossas conquistas, ampliar o reconhecimento internacional da criatividade nacional e inspirar práticas mais conscientes em toda a cadeia de comunicação.

## Apresentação

A ABAP, em seu papel de entidade representativa das agências brasileiras, reafirma seu compromisso com a ética, a integridade e a valorização da criatividade como pilares inegociáveis da publicidade. Este Código de Conduta visa estabelecer diretrizes claras para a participação em premiações, resguardando a credibilidade do setor e promovendo práticas éticas e transparentes.

## 1. Princípios Fundamentais

As agências associadas à ABAP devem pautar sua participação em prêmios e festivais pelos seguintes princípios:

### a) Verdade e Transparência

- Toda inscrição deve representar trabalho real, desenvolvido em contexto comercial legítimo
- Informações fornecidas aos festivais devem ser precisas, verificáveis, com as devidas fontes e datas claramente indicadas
- As métricas devem ser claras e, se possível, oficiais da indústria (audiência, impacto em redes sociais, visualizações, engajamento, leads gerados, volume de vendas, etc.)

### b) Integridade Profissional

- Compromisso com práticas éticas contidas no *Código de Ética das Agências Associadas ABAP* e no *Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária do CONAR*, que elevam o padrão da indústria
- Respeito às regras e regulamentos de cada festival ou premiação

### c) Responsabilidade Social

- Responsabilidade sobre o impacto social das campanhas
- Compromisso com mensagens que promovam valores positivos

### d) Sustentabilidade do Setor

- Compromisso com a credibilidade das premiações, assegurando a veracidade e a qualidade dos cases inscritos
- Contribuição para o desenvolvimento sustentável da indústria publicitária
- Zelo pelo espírito colaborativo e saudável da competição criativa, promovendo a valorização da profissão e da confiança do mercado

## 2. Requisitos para Inscrição

### a) Veiculação Real

- Os trabalhos inscritos devem ter sido veiculados de forma legítima, com comprovação, respeitando os critérios estabelecidos por cada festival.
- A veiculação não pode ser simulada, forçada ou realizada com o único propósito de validar inscrição.

## b) Aprovação do Cliente

- Toda peça inscrita deve ter sido **previamente aprovada** pelo cliente anunciante.
- A agência deve ter **anuência formal** do cliente para utilizar a marca, campanha ou conceito em festivais.

## c) Dados de Execução

- Informações como investimento, período de veiculação, mídias envolvidas, e objetivos e indicadores de performance devem ser descritas com **fidelidade**.

## 3. Conduitas Vedadas

- Inscrição de peças **não aprovadas, não veiculadas** ou de caráter especulativo (ghost ads).
- Manipulação de dados de performance ou audiência.
- Declarações enganosas sobre a participação de talentos, clientes ou parceiros.
- Prática de **"premiação por encomenda"**, na qual a criação é feita apenas para gerar cases e não para atender a uma demanda real de comunicação.
- Plágio ou apropriação de ideias de terceiros;
- Violação de direitos autorais ou de propriedade intelectual;
- Desrespeito às regras específicas de cada festival;
- Falsificação de aprovações de clientes;
- Uso indevido de marca sem autorização;
- Apresentação de trabalhos não aprovados como aprovados.

## 4. Responsabilidade da Liderança

- Os principais executivos da agência (CEO, CCO ou equivalente) são corresponsáveis pela conformidade ética das inscrições.
- Recomenda-se que cada agência tenha uma **política interna de aprovação ou comitê interno de governança para festivais**, responsável por revisar e validar os cases, com:
  - Procedimentos formais para aprovação de inscrições;
  - Verificação documental prévia por área jurídica ou compliance;
  - Assinatura de responsável designado para cada inscrição.

## Considerações Finais

A ABAP reforça seu papel como agente de transformação e diálogo. Este código não tem como objetivo punir, mas sim educar, prevenir e fortalecer a confiança no talento, nas agências, e na publicidade brasileira em qualquer festival do mundo.

# TERMO DE COMPROMISSO ÉTICO PARA INSCRIÇÃO DE TRABALHOS EM PREMIAÇÕES

Declaro, em nome da agência que represento, que todas as peças, campanhas ou projetos criativos inscritos em festivais e premiações seguirão os critérios estabelecidos pelo Código de Conduta para Inscrição de Agências em Premiações da ABAP, comprometendo-me com:

- A **veracidade** de todas as informações fornecidas nas inscrições;
- A **aprovação formal do cliente** para uso da campanha ou peça;
- A **comprovação legítima da veiculação** das peças inscritas;
- A prática de conduta **ética e transparente** em todas as fases do processo.

Firmo este compromisso de forma pública e institucional, como sinal de responsabilidade e respeito ao nosso mercado.

Setembro/2025