



R E G U L A M E N T O



REGULAMENTO PRÊMIO ABERJE 2026

I. Dos Conceitos Centrais

1.1. O Prêmio Aberje tem como missão reconhecer e celebrar empresas, instituições, organizações da sociedade civil, mídias e profissionais, dos mais variados segmentos, portes e tempo de experiência, que combinam estratégias em comunicação, criatividade e recursos para gerar melhores resultados para os negócios e impactos positivos para a sociedade.

1.2. Neste certame, a análise de mérito prioriza a capacidade do projeto de demonstrar atenção e atendimento – na sua estratégia, na sua comunicação e na sua apresentação de resultados – aos valores proferidos pela entidade: ética, inovação, pluralidade e humanismo como fonte de distinção, relevância e excelência. Esta prerrogativa pode ser utilizada na necessidade de critério de desempate pela Comissão Organizadora em quaisquer das fases de julgamento. Para mais informações, ver o link <https://www.aberje.com.br/institucional>.

1.3. Em sua 52ª edição, o Prêmio Aberje reconhece a excelência da comunicação organizacional brasileira. São 20 categorias vinculadas a três eixos: Foco no Tema, Foco em Públicos e Foco em Meios. Os projetos vencedores das cinco regiões em cada categoria concorrem ao Prêmio Brasil.

1.4. A estrutura de Governança e Compliance do Prêmio Aberje é responsável por monitorar, fiscalizar e garantir a observância deste Regulamento, sendo composta por:

- Gerência do Prêmio Aberje;
- Assessoria Jurídica;
- Auditoria Independente;
- Ombudsman.

II. Das Disposições Gerais

2.1. Este Regulamento estabelece as normas relativas às condições para participação, inscrição, formatação e entrega dos trabalhos, critérios de julgamento, categorias e premiação que regerão o Prêmio Aberje 2026.

2.2. A premiação será conferida a empresas, organizações da sociedade civil (associações, institutos, fundações, conselhos profissionais e similares), sindicatos e órgãos públicos, que atuem em território brasileiro e em benefício dos quais os projetos inscritos foram executados;

2.3. A participação no Prêmio Aberje pressupõe que a organização inscrita esteja em situação regular de autorização de funcionamento, com equipe em atuação plena e exercendo seus direitos e deveres institucionais, tanto durante a realização do projeto relatado em si quanto na decorrência de tempo relativa à edição integral do Prêmio na temporada em foco.

2.3.1. A Aberje reserva-se o direito de recusar ou desclassificar inscrições de organizações que apresentem, por evidências levantadas pela própria Comissão Organizadora ou por terceiros interessados, que sejam comprovadas por fontes públicas verificáveis e que possam comprometer a integridade, a credibilidade ou o propósito institucional da premiação.

2.4. O direito à inscrição é facultado a todas as organizações interessadas acima discriminadas, associadas ou não associadas à Aberje, observadas as disposições deste Regulamento e mediante o pagamento da respectiva taxa de inscrição;

2.4.1. Conforme disposto e regulado no item VIII - Das Orientações específicas para intermediários, isto é, agência, assessoria, consultoria ou similar que sejam fornecedoras de serviços de comunicação poderão proceder inscrição em nome de seus clientes, que figurarão como organizações participantes e eventuais vencedores no processo do Prêmio.

2.4.1.1. Alternativamente, em caso de projeto executado em benefício próprio, tais intermediários poderão realizar a inscrição em seu nome, figurando como organizações participantes e eventuais vencedores diretos;

2.4.1.2 As agências, assessorias, consultorias ou empresas similares fornecedoras de serviços de comunicação, desde que formalmente nominadas na Ficha de Inscrição do projeto, estarão aptas a concorrer aos prêmios especiais nas fases regional e nacional deste Prêmio;

2.4.1.2.1. Não será permitida alteração de qualquer dado constante nas fichas de inscrição e de identificação, e também no projeto-candidato ou quaisquer de seus anexos comprobatórios ou vídeo-case, seja em relação à nominata dos fornecedores envolvidos ou a outro tipo de informação oficial;

2.5. Para participar do Prêmio Aberje 2026 em regime financeiro específico de desconto na taxa de inscrição, os associados da Aberje deverão permanecer quites com suas contribuições associativas durante todo o processo da premiação. Caso o participante associado possua ou venha a adquirir pendências financeiras, seu(s) projeto(s) será(ão) desclassificado(s);

2.6. Poderão participar projetos que já tenham concorrido ou vencido em edições anteriores do Prêmio Aberje, desde que suas ações mais relevantes tenham sido realizadas no período de elegibilidade da edição em vigor;

2.7. Ao se inscreverem, os participantes do Prêmio Aberje 2026 declaram que o projeto submetido contém informações verídicas em toda a sua candidatura, descrição, vídeo-case e anexos ilustrativos, bem como que atende a todos os requisitos legais aplicáveis relativos a direitos autorais, inclusive quanto ao prévio pagamento de licenciamentos exigíveis pela legislação brasileira;

2.7.1. Todas as organizações participantes são obrigadas a entregar um Atestado de Veracidade e de Responsabilidade de Informações, conforme modelo disponível no Anexo I do presente Regulamento;

2.7.1.1. Como não é permitido tramitar no processo da premiação sem todos os documentos exigidos, no caso de organizações participantes que enviem seus materiais sem conter o Atestado de Veracidade, o projeto será considerado imediatamente desclassificado, não cabendo qualquer recurso;

2.7.1.2. A Aberje não se responsabiliza pelo conteúdo, veracidade ou eventual violação de direitos decorrentes dos materiais submetidos, sendo tais responsabilidades integralmente atribuídas à organização participante.

2.8. As organizações participantes declaram expressamente que, no ato da inscrição no Prêmio Aberje, conhecem integralmente o presente Regulamento, manifestando sua plena, expressa e incondicional concordância com seus termos.

III. Das Inscrições

3.1. Para participar do Prêmio Aberje 2026, é preciso acessar o site da premiação no endereço <http://www.premioaberje.com.br> e clicar no botão INSCREVA-SE, inserindo CPF do responsável pela inscrição e seguindo as instruções.

3.2. O primeiro passo para oficializar a participação no Prêmio Aberje é o preenchimento da FICHA DE INSCRIÇÃO.

3.2.1. Será necessário informar se a inscrição é da própria organização, ou se quem conduzirá o processo é uma intermediária, isto é, fornecedora de comunicação (agência, assessoria, consultoria ou similar). Neste momento, não será necessário inserir os dados do desenvolvimento do projeto.

3.2.2. Após este preenchimento, deve-se informar a quantidade de projetos que a organização participante deseja inscrever, assim como seu porte (conforme item 3.4. deste regulamento). O porte que determinará o enquadramento da inscrição será sempre da organização-cliente e não da intermediária, isto é, fornecedora de comunicação (agência, assessoria, consultoria ou similar).

3.2.2.1. Será necessário comprovar a escolha de porte da organização participante em duas situações:

a) quando projetos inscritos por médias e por pequenas organizações, é obrigatória a apresentação do comprovante de receita do último exercício;

b) quando projetos inscritos por órgãos públicos, é obrigatória a apresentação do estatuto.

3.2.2.2 Em quaisquer dos casos, os comprovantes devem ser anexados no ato da inscrição, seguindo as instruções da ficha de inscrição.

3.2.2.3. Se o documento de comprovação respectivo não for anexado ou não for aprovado, será dado encaminhamento à inscrição com o valor referente à organizações de grande porte.

3.2.2.4 Caso tenha algum documento pendente, o pagamento não poderá ser feito no mesmo momento do recebimento do boleto bancário, devendo o responsável pela inscrição aguardar até 03 (três) dias úteis para validação do documento junto à Auditoria.

3.2.3. Com esses dados preenchidos, será demonstrada uma prévia do(s) valor(es) da(s) inscrição(ões) do(s) projeto(s) do Prêmio Aberje. Em seguida, deve-se selecionar a forma de pagamento, podendo ser: cartão de crédito (em até três vezes), pix, boleto bancário e empenho.

3.2.3.1. Caso a escolha seja cartão de crédito ou pix, o pagamento deverá ser realizado no ato. Nas outras opções, deverá ser realizado conforme orientações.

3.2.3.2. Caso sua escolha for boleto bancário, após finalizado o preenchimento da FICHA DE INSCRIÇÃO, dentro de 5 (cinco) dias úteis, você receberá por e-mail o boleto bancário para pagamento, acompanhado de um recibo.

3.2.3.3. Passados 30 dias da emissão do boleto, e em não havendo pagamento, haverá automática desclassificação do(s) projeto(s) inscrito(s).

3.3. Após finalizar este processo, está efetivada a participação no Prêmio Aberje.

3.3.1. Os dados de acesso à plataforma permanecerão os mesmos ao longo de todas as etapas desta edição do Prêmio.

3.4. Para se tornar mais inclusivo e abrangente, o Prêmio conta com três faixas de valores de inscrição, contemplando organizações de grande, médio e pequeno portes:

a) dentro das organizações de grande porte, na tabela I, estão inclusas as empresas com receita anual maior que R\$ 300 milhões e os institutos e fundações mantidos por grandes empresas;

b) nas organizações de médio porte, na tabela II, estão incluídas aquelas com receita anual maior que R\$ 90 milhões e menor ou igual a R\$ 300 milhões, e também Órgãos Públicos, ou seja, unidades da administração direta ou indireta do Estado, sem personalidade jurídica própria, que têm atribuições específicas dentro da organização estatal, sendo compostas por agentes públicos;

c) nas organizações de pequeno porte, na tabela III, estão incluídas aquelas com receita anual menor ou igual a R\$ 90 milhões. A legenda que acompanha as tabelas de valores disponíveis no item 3.6 ajuda a detalhar esse tema.

3.5. Os descontos cumulativos para dois ou mais projetos só serão aplicados quando os clientes forem do mesmo porte.

3.5.1. Por não configurar uma prestação de serviços, o Prêmio Aberje não emite nota fiscal, somente recibo.

3.5.2. Caso a organização participante necessite que alguma informação especial seja inserida no recibo, é necessário informar à organização do Prêmio ainda no ato da inscrição, pois não haverá emissão de nenhum outro recibo a posteriori.

3.6. Para calcular o valor da taxa de inscrição, verificar com atenção o porte/segmento, as datas e os descontos progressivos das tabelas abaixo, sendo os valores cumulativos na quantidade total desejada de inscrições:

3.6.1. Explique-se para fins de melhor orientação: uma mesma organização de grande porte deseja inscrever três projetos, na mesma ou em categorias distintas, então ela deverá somar os valores: R\$ 4.446,00 (para o primeiro projeto) + R\$ 3.911,00 (para o segundo projeto) + R\$ 3.445,00 (para o terceiro projeto), totalizando R\$ 11.802,00.

Organizações de grande porte (receita anual: maior que R\$ 300 milhões)					
Até 05/06/2026	1º projeto	2º projeto	3º projeto	4º projeto	A partir de 5 projetos
Associado	R\$ 4.446,00	R\$ 3.911,00	R\$ 3.445,00	R\$ 3.031,00	R\$ 2.650,00
Associado mantenedor	R\$ 3.778,00	R\$ 3.323,00	R\$ 2.925,00	R\$ 2.575,00	R\$ 2.252,00
Não associado	R\$ 6.667,00	R\$ 5.867,00	R\$ 5.167,00	R\$ 4.547,00	R\$ 3.975,00

Após 05/06/2026	1º projeto	2º projeto	3º projeto	4º projeto	A partir de 5 projetos
Associado	R\$ 4.833,00	R\$ 4.250,00	R\$ 3.741,00	R\$ 3.291,00	R\$ 2.893,00
Associado mantenedor	R\$ 4.107,00	R\$ 3.614,00	R\$ 3.180,00	R\$ 2.798,00	R\$ 2.464,00
Não associado	R\$ 7.250,00	R\$ 6.381,00	R\$ 5.612,00	R\$ 4.939,00	R\$ 4.346,00

Organizações de médio porte e órgão público (receita anual: maior que R\$ 90 milhões e menor ou igual a R\$ 300 milhões)					
Até 05/06/2026	1º projeto	2º projeto	3º projeto	4º projeto	A partir de 5 projetos
Associado	R\$ 3.556,00	R\$ 3.127,00	R\$ 2.756,00	R\$ 2.422,00	R\$ 2.130,00
Associado mantenedor	R\$ 3.021,00	R\$ 2.660,00	R\$ 2.342,00	R\$ 2.056,00	R\$ 1.812,00
Não associado	R\$ 5.331,00	R\$ 4.690,00	R\$ 4.134,00	R\$ 3.635,00	R\$ 3.195,00

Após 05/06/2026	1º projeto	2º projeto	3º projeto	4º projeto	A partir de 5 projetos
Associado	R\$ 3.879,00	R\$ 3.413,00	R\$ 2.999,00	R\$ 2.639,00	R\$ 2.321,00
Associado mantenedor	R\$ 3.296,00	R\$ 2.899,00	R\$ 2.554,00	R\$ 2.247,00	R\$ 1.976,00
Não associado	R\$ 5.819,00	R\$ 5.119,00	R\$ 4.505,00	R\$ 3.964,00	R\$ 3.487,00

Organizações de pequeno porte (receita anual: menor que R\$ 90 milhões)					
Até 05/06/2026	1º projeto	2º projeto	3º projeto	4º projeto	A partir de 5 projetos
Associado	R\$ 2.846,00	R\$ 2.501,00	R\$ 2.199,00	R\$ 1.934,00	R\$ 1.701,00
Associado mantenedor	R\$ 2.416,00	R\$ 2.125,00	R\$ 1.870,00	R\$ 1.643,00	R\$ 1.446,00
Não associado	R\$ 4.266,00	R\$ 3.752,00	R\$ 3.296,00	R\$ 2.904,00	R\$ 2.554,00

Após 05/06/2026	1º projeto	2º projeto	3º projeto	4º projeto	A partir de 5 projetos
Associado	R\$ 3.100,00	R\$ 2.724,00	R\$ 2.395,00	R\$ 2.109,00	R\$ 1.855,00
Associado mantenedor	R\$ 2.634,00	R\$ 2.316,00	R\$ 2.035,00	R\$ 1.791,00	R\$ 1.574,00
Não associado	R\$ 4.648,00	R\$ 4.086,00	R\$ 3.593,00	R\$ 3.164,00	R\$ 2.782,00

3.7. Caso o interessado inscrever projetos em momentos diferentes pelo mesmo CNPJ, o valor cobrado será calculado pelo total de trabalhos inscritos, inclusive os descontos.

3.8. Vale ressaltar, para a inscrição pela intermediária, isto é, fornecedora de comunicação (agência, assessoria, consultoria ou similar), o enquadramento do porte da organização para cálculo

da taxa de inscrição deverá levar em conta o faturamento anual bruto e perfil de atuação do cliente, e não do intermediário.

3.9. No caso de prorrogação das inscrições da presente edição do Prêmio, a Aberje não emitirá um novo boleto bancário, com data de vencimento posterior, aos participantes que fizeram a inscrição dentro do prazo inicialmente estabelecido.

3.10. Eventuais desistências e/ou diminuição do número de trabalhos inscritos no Prêmio Aberje 2026 deverão ser informadas à Gerência do Prêmio pelo e-mail mirella@aberje.com.br, dentro do prazo de 5 (cinco) dias da data do envio da Ficha de Inscrição, com devolução total da inscrição. Após esse período, será cobrada multa de 20% (vinte por cento) sobre o valor de cada projeto.

3.10.1. Caso o inscrito não comunique a desistência, o valor da inscrição deverá ser pago normalmente e não será restituído.

3.10.2. Em eventual caso de não quitação do valor da inscrição por desistência não-comunicada, a organização do projeto inscrito – e/ou intermediário (agência, assessoria, consultoria ou similar responsável pela inscrição) - será vetada de participar do Prêmio Aberje em edições futuras.

IV. Da Identificação do Projeto

4.1. Após o cumprimento das etapas anteriores, o responsável deverá acessar a plataforma com login e senha para preencher a FICHA DE IDENTIFICAÇÃO de cada projeto. A ficha acompanha o projeto em todas as etapas da premiação e orienta decisões da comissão de triagem e dos jurados. Por isso, é fundamental que todos os campos sejam preenchidos com atenção e precisão:

- a) Nome da organização;
- b) Título do projeto;
- c) Período de realização das ações;
- d) Resumo do projeto;
- e) Categoria e justificativa da escolha;
- f) Região de realização das ações e justificativa;
- g) Fornecedor principal e fornecedor(es) adicional(is).

4.1.1. A primeira missão é inserir o NOME DA ORGANIZAÇÃO que irá concorrer na premiação, percorrendo esta escolha em todos os documentos internos ou públicos de todas as etapas.

4.1.2. Na sequência é definir o TÍTULO DO PROJETO, que o identificará ao longo de toda a edição do Prêmio, inclusive em caso de figurar na listagem de premiados nas etapas Regional e/ou Nacional.

4.1.2.2 Os organizadores do Prêmio solicitam que o título do projeto não ultrapasse 100 (cem) caracteres com espaços.

4.1.3. A outra missão, registrar o PERÍODO DE REALIZAÇÃO das ações.

4.1.3.1. Estão aptos a participar do Prêmio Aberje 2026 apenas os projetos cujas ações de maior relevância tenham ocorrido de 1º de janeiro de 2025 até o último dia de inscrição de 2026.

4.1.3.2. Projetos desenvolvidos e executados em um período superior ao período oficial poderão ser inscritos, mas os jurados deverão considerar exclusivamente as ações realizadas dentro da vigência desta edição. Assim é de extrema importância que o projeto dê destaque às ações desenvolvidas nesse período, sob pena de ter sua avaliação comprometida.

4.1.4. No passo seguinte, deve-se registrar o RESUMO do projeto, numa síntese objetiva em até 1000 caracteres do desafio que deu origem ao trabalho, a estratégia escolhida, os públicos envolvidos e os principais resultados.

4.1.5. Então, definir a CATEGORIA em que o projeto irá concorrer, justificando o motivo. A escolha da organização participante é soberana e não pode ser alterada a qualquer tempo na vigência da presente edição, impactando diretamente os critérios utilizados para respectiva avaliação.

4.1.5.1. Ainda que fique claro para um ou mais jurados que o projeto está inscrito em uma categoria considerada inadequada, não haverá deslocamento para outra categoria.

4.1.6. Na sequência, deve-se selecionar a REGIÃO em que o projeto irá concorrer.

O Prêmio Aberje é dividido em 5 (cinco) regiões:

- Espírito Santo e Rio de Janeiro
- Minas Gerais e Centro-Oeste
- Norte e Nordeste
- São Paulo
- Sul

4.1.6.1. A escolha de região deverá ter por base duas alternativas:

a) a região na qual ocorreram as ações de maior relevância do trabalho, considerando critérios como volume de investimento, quantidade de públicos envolvidos ou número de ações realizadas.

b) Caso o projeto possua abrangência nacional e não seja possível destacar uma região em específico, a região-sede da organização participante.

4.1.7. Por fim, deve-se indicar os fornecedores envolvidos no desenvolvimento do projeto:

4.1.7.1. Em FORNECEDOR PRINCIPAL, inserir a agência, assessoria, consultoria ou similar considerada com maior relevância no desenvolvimento do projeto-candidato. Atente-se que esta indicação poderá habilitar este fornecedor específico para concorrer ao Prêmio Especial (item XII), a depender da performance do projeto nas etapas Regional e Brasil;

4.1.7.1.1. É possível para a organização optar por indicar mais de uma agência, assessoria, consultoria ou similar como seu 'Fornecedor Principal', desde que houver equilíbrio comprovado de participação e responsabilidade entre todos os citados;

4.1.7.2. Em FORNECEDORES ADICIONAIS, inserir a(s) agência(s), assessoria(s), consultoria(s) ou similar(es) considerada(s) com participação complementar, mas não principal, no desenvolvimento do projeto-candidato.

4.1.7.3. Não será aceita nenhuma alteração na nominata dos fornecedores envolvidos em quaisquer etapas posteriores ao recebimento da Ficha, tanto em relação à eventual inclusão ou exclusão de organizações quanto a remodelações de Razão Social e/ou Nome Fantasia ocorridos a posteriori da inscrição realizada e da tramitação em andamento no certame.

V. Do Material Descritivo

5.1. O material descritivo (projeto) deverá ser apresentado em formato diagramado em tamanho padrão A4, combinando texto e evidências em um único documento, de maneira fluida e contínua. É permitida a inserção de evidências, como imagens, gráficos e outros elementos visuais conforme detalhado no item 5.3 do presente regulamento, sendo fortemente recomendada sua distribuição ao longo do texto — e não em anexos —, de modo a facilitar a leitura e a compreensão pelos jurados.

5.1.1 Caso seja necessária a apresentação de evidências em anexo, todas deverão estar claramente identificadas e referenciadas ao longo do texto do documento principal, orientando adequadamente a leitura e favorecendo a correta análise pelos jurados.

5.1.2. É obrigatório o atendimento de todos os dispositivos requisitados no item “Estrutura do Material Descritivo/Projeto” na respectiva categoria.

5.1.2.1. É facultado à organização participante, na descrição de seu trabalho, incluir itens adicionais aqueles obrigatórios em cada categoria, com nomenclaturas e conteúdos de livre escolha neste(s) caso(s) específico(s).

5.1.2.2. A Governança do Prêmio Aberje aconselha que o texto descritivo, o material que irá percorrer todas as etapas da premiação, tenha em torno de 12 (doze) mil caracteres sem espaço e

que seja apresentado em fluxo narrativo e repertório claros e universais, podendo haver uso de termos técnicos de setor desde que devidamente explicados na sequência, e descrevendo detalhadamente os raciocínios e o encadeamento das ações conforme a categoria escolhida.

5.2. Os arquivos dos projetos devem ser gravados em PDF para garantir a segurança e evitar problemas de formatação.

5.3. As evidências podem incluir gráficos, ilustrações, fotografias, dados de pesquisa, clipagem, arquivos de vídeo e áudio ou animações e outras fontes consideradas pertinentes para demonstrar os resultados do projeto, a depender da categoria escolhida.

5.3.1. No caso de evidências multimídias e/ou digitalizadas, recomenda-se o fornecimento de links web válidos para verificação pelos jurados.

5.4. Além do material descritivo, para a avaliação dos jurados é obrigatório o envio de um vídeo-case, conforme detalhado no item VII.

5.5. No caso de inscrição para Publicações e mídias impressas (jornais, revistas, boletins e livros), as peças devem ser enviadas digitalizadas.

5.5.1. No caso de publicações com muitas páginas, o ideal é disponibilizar um link onde ela possa ser analisada em sua totalidade. Para as demais, avaliar se é necessário o envio de todas as páginas ou somente algumas para melhor apreciação dos jurados.

5.5.2. No caso de publicações periódicas, só serão consideradas na avaliação as edições publicadas durante o período-base da premiação. As demais edições podem ser enviadas para contextualização, mas é importante sinalizar adequadamente o material para não gerar confusão no processo de julgamento.

5.6. Por tratar-se de um prêmio da comunicação organizacional brasileira, é imprescindível que os projetos inscritos estejam redigidos em língua portuguesa.

5.6.1. No caso de peças de comunicação criadas para serem veiculadas em países estrangeiros ou para públicos de diferentes nacionalidades dentro do território brasileiro, não será obrigatório o uso da língua portuguesa.

5.6.2. Serão considerados para avaliação projetos internacionais em categoria específica, sendo aceitos desde que a estratégia seja definida pela área corporativa brasileira ou por uma agência fornecedora sediada no Brasil (incluindo aprovação, orientação e/ou execução);

5.7. Um mesmo participante não pode inscrever projetos com conteúdo similar em categorias ou regiões diferentes. Caso isso aconteça, depois da etapa de triagem, a Gerência do Prêmio entrará em contato para que a organização escolha com qual deles irá dar andamento na presente edição.

5.7.1. No caso da desclassificação de um projeto similar, a partir da escolha notificada pela organização participante, não serão devolvidas quaisquer taxas já pagas.

5.8. Um mesmo participante poderá inscrever mais de um projeto na mesma categoria e/ou região, desde que as temáticas sejam diferentes.

VI. Do uso da Inteligência Artificial (IA)

6.1. O uso de ferramentas de Inteligência Artificial (IA), na concepção, planejamento, execução, produção, distribuição ou mensuração dos projetos inscritos é permitido, desde que observado o disposto neste Regulamento.

6.2. Sempre que houver utilização relevante de Inteligência Artificial em qualquer etapa do desenvolvimento do projeto inscrito, tal uso deverá ser informado desde a Ficha de Identificação e, a posteriori, no próprio material descritivo (projeto), neste caso já com indicação clara de sua aplicação e finalidade no contexto do projeto.

6.3. A ausência de informação relevante sobre o uso de Inteligência Artificial poderá levar a Comissão Organizadora a solicitar esclarecimentos adicionais, realizar verificação complementar ou, se necessário, desclassificar o projeto, caso essa omissão prejudique a correta avaliação do projeto.

6.4. O uso de Inteligência Artificial deverá observar princípios éticos e de responsabilidade compatíveis com os valores da Aberje e com as boas práticas da comunicação profissional, incluindo:

- a) respeito à veracidade e integridade das informações apresentadas;
- b) prevenção de vieses discriminatórios, preconceituosos ou ilícitos;
- c) respeito aos direitos autorais, de imagem e de propriedade intelectual de terceiros;
- d) transparência na utilização de conteúdos sintéticos quando passíveis de confusão com elementos reais.

6.5. Projetos que envolvam o uso de Inteligência Artificial para geração de conteúdos deverão demonstrar a existência de supervisão humana adequada e mecanismos de validação que assegurem a veracidade, precisão e aderência dos conteúdos à realidade.

6.6. Nos casos em que o projeto inscrito inclua imagens, áudios, vídeos ou quaisquer outros materiais gerados por Inteligência Artificial com potencial de serem confundidos com conteúdo real, deverá ser comprovado que houve transparência adequada perante o público impactado, quando aplicável.

6.7. O uso estratégico, ético e inovador de Inteligência Artificial poderá ser considerado elemento positivo de avaliação quando pertinente aos critérios da categoria, desde que demonstrado seu efetivo valor agregado aos resultados e à qualidade da comunicação do projeto.

6.8. A Comissão Organizadora poderá solicitar, a qualquer tempo, informações complementares, evidências ou esclarecimentos acerca do uso de Inteligência Artificial no projeto inscrito, tenha havido previamente ou não a admissão de uso pela organização candidata ou por seu fornecedor responsável em documentos entregues;

6.9. Compete exclusivamente à Comissão Organizadora deliberar sobre controvérsias relacionadas ao uso de Inteligência Artificial, sendo suas decisões soberanas nos termos deste Regulamento.

VII. Do Vídeo-case

7.1. Juntamente com o texto descritivo e a ficha de identificação, é obrigatório o *upload* do vídeo-case do projeto na plataforma de inscrição.

7.2. O vídeo-case tem como objetivo apresentar aos jurados uma síntese dos principais pontos do projeto – quais foram o desafio, as estratégias e ações e os resultados.

7.2.1 O material não precisa ser realizado por uma produtora profissional, podendo ser gravado inclusive de um aparelho celular.

7.2.2 No caso do projeto vencer a Etapa Nacional, o vídeo-case será exibido pela Aberje à livre escolha da divulgação institucional, como nos perfis da entidade em redes sociais abertas e na Cerimônia de Premiação, não podendo ser alterado após a data final das inscrições.

7.3 Em termos técnicos, o vídeo-case do Prêmio Aberje precisa, obrigatoriamente:

- a) possuir até 60 segundos de duração,
- b) apresentar qualidade ao menos HD 720p,
- c) estar no formato horizontal,
- d) ser entregue em arquivo com tamanho máximo de 50 megabytes.

7.3.1 No caso da organização participante não entregar o vídeo-case, haverá penalidade de dois pontos (2,0) na nota final do projeto na etapa regional.

7.3.2 O envio de um vídeo-case com tempo superior a 60 segundos de duração será passível de penalização na nota final do projeto na etapa regional:

- a) se entre 61 e 120 segundos, de meio ponto (0,5),
- b) se ultrapassar 121 segundos, será totalmente desconsiderado, resultando na perda de dois pontos (2,0).

7.4 Para a entrega de um conteúdo audiovisual de melhor qualidade, recomenda-se para o vídeo-case do Prêmio Aberje:

- a) gravar em um local bem iluminado e sem eco,
- b) contar com auxílio de tripé e microfone,
- c) ter enquadramento de cerca de 1 metro de distância da câmera, em um plano médio ou 'plano americano'.
- d) incluir o nome e o cargo do apresentador como legenda, caso aplicável.

VIII. Do Envio do Projeto

8.1. O projeto deverá ser enviado em forma digital, via plataforma do Prêmio Aberje 2026, contendo a Ficha de identificação, o texto descritivo e o vídeo-case.

8.1.1. Caso a organização participante deseje incluir outras evidências além do material principal, é recomendável que essas sejam incluídas dentro do arquivo PDF do projeto, para facilitar o trabalho dos avaliadores. Caso não seja possível, é permitido anexar outros documentos, considerando que o armazenamento total disponível para cada projeto inscrito é de 100 megabytes.

8.2. Inscrições realizadas por intermediários obrigatoriamente deverão ser acompanhadas por uma Carta de Autorização do cliente (veja mais orientações do modelo no Anexo II deste Regulamento).

8.3. É obrigatório que todos os documentos anexados estejam gravados em PDF.

8.4. Após o último dia de inscrição, caso a organização participante solicite alteração de alguma informação nos documentos já enviados, o projeto sofrerá uma penalização em sua nota final de meio ponto (0,5) pela realização deste procedimento e mais meio ponto (0,5) a cada dia de atraso até o novo envio.

8.4.1. O reenvio de documentação, neste caso, deverá acontecer em, no máximo, cinco dias úteis no total, sob pena de desclassificação imediata.

8.5. Após finalizado o prazo de inscrição do Prêmio, o acesso à plataforma é fechado. Caso haja interessados retardatários, será possível solicitar à Gerência do Prêmio a inclusão de uma inscrição, desde que cientes da aplicação de uma penalidade de meio ponto (0,5) por dia de atraso, a ser deduzida da média final na Etapa de Premiação Regional, após a atribuição das notas pelos jurados.

8.5.1. Após o início da Etapa de Checagem da Comissão de Triagem, não serão aceitas novas inscrições. Esse prazo será, no máximo, 10 (dez) dias após o encerramento oficial das inscrições.

IX. Das Orientações específicas para intermediários (agências, assessorias e consultorias)

9.1. Projetos elaborados por intermediários devem ser inscritos com o nome da organização-cliente como organização participante oficial. Caso o projeto vença o Prêmio Aberje na etapa regional e/ou nacional, o intermediário será reconhecido como parceiro do projeto, recebendo o certificado referente ao seu papel.

9.1.1. Se o intermediário desejar adquirir uma cópia do troféu, pode encomendá-lo à Gerência do Prêmio, através do e-mail mirella@aberje.com.br.

9.2. As inscrições efetuadas por intermediários deverão incluir uma carta de autorização, em papel timbrado, na qual fique expressa a concordância, por parte da organização-cliente, com a inscrição do projeto no Prêmio na edição vigente (vide carta modelo – Anexo II deste Regulamento).

9.2.1. A carta de autorização deverá ser enviada, em PDF, junto com o envio do projeto.

9.3. O enquadramento do porte da empresa para cálculo da taxa de inscrição deverá levar em conta o faturamento e perfil de atuação do cliente, e não do intermediário.

X. Do Processo de Julgamento

10.1. O processo de julgamento e premiação do Prêmio Aberje 2026 envolve 5 (cinco) etapas sequenciais:

1ª Etapa: Auditoria Independente;

2ª Etapa: Checagem da Comissão de Triagem;

3ª Etapa: Premiação Regional;

4ª Etapa: Painel de Cases;

5ª Etapa: Cerimônia de Premiação.

10.2. As Comissões Julgadoras do Prêmio Aberje são indicadas pela Gerência do Prêmio e ratificadas pela Governança e Compliance do Prêmio Aberje 2026, sendo formadas por acadêmicos e profissionais de notável atuação na área de comunicação organizacional.

10.2.1. Os profissionais indicados e convidados para desempenhar o papel de juri deverão declarar para a Comissão Organizadora previamente qualquer conflito de interesse com ciência da nominata de organizações participantes da sua categoria de análise, sendo vedada sua participação na avaliação de casos com os quais tenham possuído, ainda possuam ou estejam com previsão de vir a possuir num prazo médio de 6 (seis) meses da data de atribuição de nota, qualquer tipo de vínculo direto ou indireto, o que inclui relações trabalhistas formais, temporárias e/ou via contratação de fornecedores, intermediada por terceiros ou não, e prestação direta de serviços, como consultoria.

10.3. As decisões das Comissões são soberanas, sendo que eventuais dúvidas serão discutidas e examinadas pela Governança e Compliance do Prêmio, que, se necessário, entrará em contato com o responsável pela inscrição do projeto.

10.4. Eventuais questionamentos em relação ao Prêmio Aberje serão recebidos na forma de recurso pela Gerência do Prêmio.

10.4.1. Os recursos referentes à 3ª Etapa Premiação Regional poderão ser apresentados em até 48 (quarenta e oito) horas posteriores à divulgação dos vencedores. Se o recorrente apresentar recurso relacionado ao seu próprio projeto e o julgamento implicar em sua classificação como vencedor, será dado empate com o trabalho divulgado anteriormente como vencedor daquela categoria. Neste caso, o recorrente estará apto a participar da 4ª Etapa - Painel de Cases.

10.4.2. Caso o recurso se relacione ao projeto de outra organização participante, a Gerência do

Prêmio comunicará aquele cujo trabalho foi questionado para que se manifeste no prazo de 48 (quarenta e oito) horas, se assim o desejar. Se o julgamento do recurso implicar na desclassificação do projeto-alvo do recurso, será considerado como vencedor a organização participante que tiver obtido a segunda maior nota daquela categoria.

10.4.3. Os recursos referentes à 4ª Etapa Painel de Cases poderão ser apresentados em até 48 (quarenta e oito) horas depois da realização da audiência pública.

10.4.4. Os recursos referentes à 5ª Etapa Cerimônia de Premiação poderão ser apresentados em até 48 (quarenta e oito) horas depois da realização do evento.

10.4.5. A Gerência do Prêmio tem 5 (cinco) dias úteis, contados a partir do recebimento do recurso, para avaliar e decidir quanto à sua procedência, submeter sua decisão à avaliação da Governança e Compliance do Prêmio e encaminhar resposta ao recorrente.

10.4.6. Os recursos somente serão recebidos pela Gerência do Prêmio se apresentados dentro dos prazos estabelecidos nos itens acima, por meio de correspondência escrita, devendo se pautar nos fundamentos deste Regulamento, e protocolada na sede da Aberje (Rua Amália de Noronha, 151 – 6º andar- CEP: 05410-010 – São Paulo (SP) – A/C Mirella Kowalski).

XI. Das Etapas da Premiação

11.1. A **1ª ETAPA - AUDITORIA INDEPENDENTE** consiste na verificação da adequação das informações e documentos anexados na inscrição dos projetos. A auditoria acompanha e valida todas as etapas da premiação, garantindo a confiabilidade dos processos e avaliações. Cabe a ela registrar as penalidades de atrasos no envio e ausência de pagamento, assim como aquelas eventualmente atribuídas pela Comissão de Triagem aos projetos que não estejam em conformidade com algum aspecto deste Regulamento.

11.2. A **2ª ETAPA - CHECAGEM DA COMISSÃO DE TRIAGEM** ocorre por meio da avaliação de comissão de profissionais especialmente designada para analisar cada projeto e verificar se cumpre ou não os requisitos do Regulamento do Prêmio. Serão considerados aspectos como o período das ações mais relevantes, a região de inscrição, a categoria escolhida e a disponibilização das informações necessárias à avaliação dos jurados, incluindo o projeto e o vídeo-case, conforme a Ficha de Avaliação.

11.2.1. Todos os projetos inscritos nas 5 (cinco) regiões são checados pela Comissão de Triagem.

11.2.2. A Comissão de Triagem não atribui notas aos projetos, sendo responsável por verificar se estão em conformidade com o Regulamento, sinalizando à Auditoria e à Comissão de Jurados sobre eventuais penalidades decorrentes da não conformidade.

11.2.3. Caso o projeto incorra em um dos itens considerados desclassificatórios, a Comissão de Triagem tem autonomia para torná-lo inapto a seguir na competição.

11.2.4. A 2ª Etapa ocorrerá de forma híbrida (os jurados farão a avaliação de forma on-line e/ou presencial), e não será aberta ao público.

11.3. A **3ª ETAPA - PREMIAÇÃO REGIONAL** é integrada por comissões julgadoras específicas para cada categoria do Prêmio, que reúnem profissionais convidados preferencialmente da própria região em análise, que avaliam e pontuam os projetos inscritos, de acordo com os critérios de avaliação propostos pelo Prêmio e de maneira não-remunerada.

11.3.1. Nessa etapa, são definidos os vencedores regionais, em cada categoria e em cada região. Os projetos vencedores serão os que obtiverem a maior média de pontos depois de computadas as notas individuais atribuídas pelos jurados nessa Etapa e diminuídas as eventuais penalidades em cada caso, podendo ocorrer empate. Os vencedores regionais são automaticamente habilitados a disputar a 4ª Etapa - Painel de Cases.

11.3.2. Para chegar à nota final do projeto nessa etapa, a auditoria registra todas as notas atribuídas a ele pelos jurados da categoria e exclui a de menor valor.

11.3.3. Na eventualidade de alguma categoria registrar um número muito elevado de projetos

inscritos, a Aberje se reserva o direito de adicionar uma nova etapa de avaliação para viabilizar a qualidade e a equanimidade do processo.

11.3.4. Caso um projeto seja o único inscrito em sua categoria e região, ele será analisado pela Comissão de Triagem e, se estiver em concordância com os critérios, será avaliado pela Comissão Julgadora da 3ª Etapa. Se ele obtiver média individual igual ou superior à menor média obtida pelos vencedores dessa categoria nas outras regiões, será considerado vencedor regional e seguirá para competir no Painel de Cases.

11.3.5. Caso o projeto seja único na sua categoria e não haja outra organização participante nas demais regiões, obtendo média superior a 8 (oito), ele se torna vencedor dos prêmios Regional e Nacional, devendo ser apresentado no Painel de Cases, junto com outra categoria, apenas para seu conhecimento público e reconhecimento oficial.

11.3.6. Finalizada a avaliação desta terceira etapa, a Gerência do Prêmio será responsável pelo anúncio e pela convocação dos projetos vencedores regionais, por e-mail e divulgação no site da Aberje e com antecedência mínima de 7 (sete) dias, sendo que se tornam finalistas para a 4ª Etapa do Prêmio - Painel de Cases,.

11.3.7. A 3ª Etapa ocorrerá de forma híbrida (os jurados farão a avaliação de forma on-line e/ou presencial) e não será aberta ao público.

11.4. A **4ª ETAPA - PAINEL DE CASES** consiste na defesa pública dos projetos classificados a uma banca avaliadora. No ato da formulação deste Regulamento, a Gerência do Prêmio prevê que essa etapa aconteça de forma presencial. No entanto, caso o cenário impossibilite essa alternativa, será retomado o formato on-line. Qualquer mudança será informada com antecedência a todos os participantes finalistas, evitando qualquer prejuízo. A Aberje se reserva o direito de mudar os planos mediante comunicação prévia aos participantes, observados critérios de razoabilidade e transparência.

11.4.1. A data, o local e o formato do Painel de Cases serão comunicados por meio privado de e-mail enviado aos finalistas e por publicação pública no site do Prêmio Aberje 2026, com antecedência mínima de 15 (quinze) dias, constituindo-se numa decisão soberana da Comissão Organizadora e não cabendo nenhum tipo de recurso;

11.4.2. A organização do Prêmio Aberje disponibilizará, na data informada do Painel de Cases, uma sala equipada para a defesa do projeto, incluindo: 1 computador com kit multimídia, sistema de som, 2 microfones, 1 projetor, 1 tela, 1 laser pointer e 1 técnico responsável pela operação. Caso a apresentação do projeto-candidato exija o uso de um software específico, é essencial informar a organização com antecedência.

11.4.3. Os responsáveis pelos projetos vencedores da 3ª Etapa serão solicitados pela Comissão Organizadora a indicar o(s) nome(s) e contato(s) de profissional(is) formalmente nomeado(s) para apresentar o projeto frente à Comissão Julgadora do Prêmio Aberje, devendo, portanto, este(s) comparecer(em) ao Painel de Cases (4ª Etapa) que estabelecerá os vencedores da Etapa Nacional.

11.4.3.1. A Comissão Organizadora recomenda que até dois profissionais sejam responsáveis pela defesa do projeto da organização participante.

11.4.4. Para essa etapa, as organizações participantes têm a liberdade para estruturar sua defesa da maneira que considerarem mais adequada, dentro do tempo previsto e respeitando o período de análise da edição do Prêmio, podendo incluir fala ao vivo pelo(s) próprio(s) apresentador(es) previamente nominados, vídeos, animações, experiências ou outros recursos criativos que contribuam para a argumentação.

11.4.4.1. O envio da apresentação e dos materiais complementares deverá ser realizado exclusivamente mediante solicitação da organização do Prêmio. Uma vez solicitados, os responsáveis pelos cases classificados para o Painel de Cases deverão encaminhar a apresentação a ser utilizada na defesa do projeto no prazo indicado pela organização, em torno de 5 (cinco) dias úteis da data de apresentação. O envio deverá ser feito por meio de link para download (tais como WeTransfer,

Google Drive ou similares), de modo a viabilizar o acesso, o download e a realização de testes técnicos pela equipe organizadora.

11.4.4.2. Após o envio, não será permitida, em hipótese alguma, a substituição, alteração ou atualização dos materiais encaminhados, devendo ser obrigatoriamente utilizada, no dia da apresentação, a versão previamente enviada.

11.4.5. O tempo de apresentação presencial no Painel de Cases será de 20 (vinte) minutos, sendo o finalista penalizado em 0,5 (meio ponto) na média final do trabalho para cada minuto ou fração excedente.

11.4.5.1. Excepcionalmente, a categoria de Mídia Audiovisual terá 25 (vinte e cinco) minutos para a exposição do vídeo inscrito no Prêmio e a defesa do trabalho, sendo o finalista penalizado em 0,5 (meio ponto) na média final do trabalho para cada minuto ou fração excedente.

11.4.5.2. A contagem de minutos é de responsabilidade da Gerência do Prêmio Aberje e será realizada durante a apresentação de cada organização participante por monitores de sala previamente identificados.

11.4.6. Caso o Painel de Cases seja presencial e o finalista não possa comparecer para apresentar o projeto, é responsabilidade da organização participante informar à Gerência do Prêmio, por e-mail e com antecedência mínima de 5 (cinco) dias úteis da data.

11.4.6.1 A ausência injustificada de um projeto finalista para o Painel de Cases resultará na sua exclusão da premiação nacional.

11.4.6.2 Não poderá haver defesa remota de projeto no Painel de Cases.

11.4.7. O Prêmio Aberje na etapa Nacional será concedido, em cada categoria, aos projetos que obtiverem a maior média depois de computadas as notas individuais atribuídas pelos jurados do Painel de Cases, podendo ocorrer empate.

11.4.7.1 No cálculo das notas conferidas no Painel de Cases, será retirada a nota individual de menor valor atribuída ao projeto pelos jurados para equalização.

11.4.8. Os vencedores da Etapa Regional do Prêmio Aberje 2026 receberão troféus prateados. Cada finalista receberá um troféu. Caso o vencedor deseje uma peça extra, deverá solicitar à organização do prêmio, que informará o custo adicional. Todos os finalistas receberão certificados referentes à etapa.

11.5. A **5ª ETAPA - CERIMÔNIA DE PREMIAÇÃO BRASIL** consiste em evento onde são anunciados os vencedores do Prêmio Nacional, a partir das defesas orais já realizadas na etapa anterior, quando é feita a entrega dos troféus.

11.5.1. O formato pelo qual se dará a cerimônia de entrega do Prêmio Aberje 2026 será divulgada oportunamente pela Gerência do Prêmio, tendo em vista as condições do cenário sócio-econômico-sanitário na data em questão.

11.5.2. As organizações vencedoras do Prêmio Aberje 2026 receberão troféus dourados e certificados referentes à etapa. Cada vencedor receberá um troféu. Caso o vencedor deseje uma peça extra, deverá solicitar à organização do prêmio, que informará o custo adicional.

11.6. A participação na Cerimônia do Prêmio Aberje 2026 será mediante aquisição de convites, disponíveis para compra antecipada no site oficial da premiação.

11.7. As empresas e organizações vencedoras do Prêmio Aberje 2026 poderão utilizar o selo oficial da premiação em sua categoria e região nas suas publicações e mídias. Para isso, os vencedores receberão a arte oficial da premiação com as regras de utilização na sequência da apresentação oficial dos resultados.

11.7.1. A Aberje divulgará os vencedores, afora as comunicações on-line formais dentro dos prazos estabelecidos nesta edição, por meio de encarte especial em publicações da entidade no ano subsequente.

XII. Da Desclassificação de Projetos

12.1. Sem prejuízo das demais hipóteses de desclassificação previstas anteriormente neste Regulamento, serão desclassificados os trabalhos que:

- a) não efetivarem o pagamento da inscrição;
- b) forem inscritos em região que não corresponda ao local em que tenham sido realizadas as ações de maior relevância ou ao local em que a empresa ou intermediária (agência, assessoria ou consultoria responsável pela inscrição) esteja sediada;
- c) não se enquadrem na missão do Prêmio Aberje;
- d) forem inscritos em mais de uma região;
- e) forem inscritos em mais de uma categoria;
- f) não tenham ações de relevância realizadas entre 1º de janeiro de 2025 até o último dia de inscrição de 2026;
- g) forem entregues sem o material descritivo.

12.2. Caso seja identificada alguma irregularidade, a Gerência do Prêmio Aberje entrará em contato com a organização participante, que terá 1 (um) dia útil para ajustar o item irregular. Se o participante não cumprir o prazo estabelecido, o trabalho estará automaticamente desclassificado e não caberá recurso e tampouco devolução de quaisquer taxas.

XIII. Prêmios especiais

13.1. Prêmios Especiais poderão ser concedidos às empresas, organizações, aos profissionais e aos veículos de comunicação que tenham se destacado nos anos de 2025 e 2026. Essas categorias são facultativas, a critério dos Conselhos e da Diretoria da Aberje.

13.2. Os Conselhos e a Diretoria da Aberje serão responsáveis pela eleição dos seguintes prêmios:

- a) Empresa do Ano em Comunicação Empresarial: reconhecimento conferido à empresa que tiver se destacado no período 2025/2026 em nível nacional, por seu tratamento à comunicação como área estratégica de resultados, a partir do resultado da premiação do ano vigente e de planilha de análise específica com pontuações em diversos critérios;
- b) Comunicador do Ano em Comunicação Empresarial: reconhecimento conferido ao profissional de comunicação que tiver se destacado no período 2025/2026, em nível nacional, por seu trabalho e dedicação à área da Comunicação Empresarial, a partir do resultado da premiação do ano vigente;
- c) Educador do Ano / Troféu James Heffernan: reconhecimento conferido ao professor que tiver se destacado por sua trajetória acadêmica em ensino pesquisa e/ou extensão;
- d) Trajetória do Ano: reconhecimento conferido ao profissional que tiver se destacado no período 2025/2026, em nível nacional, por sua dedicação e notabilidade da carreira desenvolvida até então;
- e) CEO Comunicador: conferido ao principal executivo de uma organização associada à Aberje que se tenha destacado no período 2025/2026, em nível nacional, por sua entrega de resultados para o negócio e pela evidência de sua habilidade de comunicação;
- e) Prêmio Mídia do Ano em Comunicação Empresarial – Etapa Brasil: reconhece mídias que reforçaram o tema em suas plataformas, como Televisão, Jornal, Mídia Regional e Plataforma Digital;
- f) Prêmios Agência do Ano Regional e Nacional: reconhecimento específico para as agências, assessorias, consultorias e similares, nomeados formalmente pelas fichas de identificação como 'fornecedor principal' de cada projeto premiado, respectivamente nas etapas Regional e Nacional, a partir de planilha de análise específica com pontuações em diversos critérios.

13.2.1. É facultado aos Conselhos e à Diretoria da Aberje estabelecer premiações especiais extraordinárias que sejam julgadas relevantes para o ano em questão, sendo anunciadas na 5ª. Etapa – Cerimônia de Premiação Brasil ou em qualquer momento anterior sob livre escolha.

XIV. Ombudsman

14.1. O Prêmio Aberje 2026 possui um Ombudsman oficialmente nomeado, que tem por competência administrar um canal de relacionamento e comunicação entre os organizadores e participantes, com vistas a transformar sugestões, críticas e reclamações em aperfeiçoamento dos processos e da qualidade.

14.2. São atribuições do Ombudsman do Prêmio Aberje:

- a) catalisar ideias, dinamizando-as;
- b) reforçar a credibilidade do Prêmio;
- c) criticar processos e formatos, entre outros;
- d) melhorar a qualidade do Prêmio;
- e) representar o participante.

14.3. O contato com o Ombudsman, referente a eventuais críticas e sugestões sobre o Prêmio Aberje, deverá ser feito pelo e-mail ombudsman@aberje.com.br.

14.3.1. O Ombudsman tem o compromisso de enviar resposta ao solicitante no prazo máximo de 7 (sete) dias úteis, igualmente por meio on-line.

XV. Considerações finais

15.1. Ao inscrever-se, cada organização participante ao Prêmio Aberje 2026 concorda com a utilização gratuita de seu nome, voz, imagem e conteúdo do projeto para divulgação em qualquer meio de comunicação, nacional e internacional, em língua portuguesa ou traduzida para outros idiomas, na forma impressa ou eletrônica.

15.2. A Aberje reserva-se o direito de publicar, na íntegra ou em parte, todos os projetos inscritos e premiados, em quaisquer canais de comunicação de sua responsabilidade direta.

15.3. A Aberje reserva-se o direito de avaliar, e resolver da forma que considerar mais conveniente, quaisquer imprevistos advindos de atos e fatos sobre os quais não tiver controle, inclusive no que tange aos processos de avaliação, julgamento e premiação dos trabalhos apresentados pelas empresas e organizações participantes.

15.4. A hipótese prevista no item 15.3 acima engloba a alteração, inclusão ou adaptação ou, ainda, a supressão de etapas do processo ora publicado, caso ocorram situações que, a seu julgamento, possam prejudicar a qualidade e a lisura do Prêmio.

15.5. A Aberje reserva-se o direito de prorrogar, revogar ou anular o presente Regulamento do Prêmio Aberje 2026, mediante comunicação aos participantes, observados critérios de razoabilidade e transparência, não implicando em direito à indenização ou reclamação de qualquer natureza por parte das organizações participantes.

15.6. Os trabalhos vencedores do Prêmio Aberje 2026 serão arquivados em formato digital no Centro de Memória e Referência da Aberje, na sede nacional, e ficarão à disposição dos associados e membros para consultas, mediante contato prévio diretamente pelo e-mail cmr@aberje.com.br.

15.6.1. Esta determinação não impede a implementação de outras formas de exposição do conteúdo, parcial ou integral, destes mesmos trabalhos, notadamente como forma de acesso adicional e inclusivo por meios eletrônicos.

15.7. Ao inscrever-se, cada participante do Prêmio Aberje 2026 declara estar ciente e concorda que os projetos inscritos poderão ser utilizados pela Aberje em seus cursos, palestras, seminários e demais iniciativas, como projetos e exemplos ilustrados da excelência da comunicação organizacional brasileira.

15.7.1. A organização participante, com o ato da inscrição, autoriza, de forma gratuita, irrevogável e por prazo indeterminado, o uso total ou parcial dos materiais submetidos, para fins institucionais, editoriais e de divulgação, em quaisquer meios e formatos.

15.8. Em caso de comprovação de inveracidade das informações prestadas, a empresa, organização da sociedade civil ou órgão público poderá ser excluído do Prêmio Aberje 2026 a qualquer momento.

15.9. A Aberje utilizará os dados pessoais submetidos pelas organizações participantes para o estritamente necessário à realização do Prêmio Aberje 2026, aplicando todas as medidas de segurança e confidencialidade previstas legalmente.

15.10. A Aberje poderá, a qualquer tempo, solicitar documentos comprobatórios adicionais e realizar diligências para verificação das informações apresentadas.

15.11. É de responsabilidade da organização participante todos os ônus da participação no Prêmio Aberje 2026, incluídas possíveis despesas com cópias, envio e emissão de documentos.

15.12. Os casos omissos neste Regulamento serão decididos pela Gerência do Prêmio Aberje com amparo dos demais integrantes da Governança e Compliance do Prêmio Aberje 2026.

XVI. Detalhamento das categorias de premiação

16.1. A escolha da categoria de concorrência no Prêmio Aberje 2026 define automaticamente os critérios que serão utilizados pelos jurados para avaliar o projeto.

16.1.1. Caso seja inscrito em uma categoria inadequada, o projeto não será redirecionado para a categoria correta e, assim, sua avaliação poderá ser prejudicada.

16.2. As categorias do Prêmio Aberje 2026 estão subdivididas em três grandes eixos, a saber:

16.2.1. O **EIXO 1** tem **FOCO NO TEMA**, para receber projetos de Comunicação de Programas, Projetos e Ações com foco em um dos 9 (nove) itens detalhados a seguir:

1. ARTE E CULTURA

Conjunto de estratégias e ações empregadas para comunicar programas, projetos e ações de caráter cultural aos públicos estratégicos de uma organização, com o objetivo de construir relacionamentos, mobilizar públicos, gerar visibilidade, agregar atributos positivos à marca, ampliar o acesso à produção e à fruição artística, entre outros. Podem ser inscritos programas, projetos ou ações culturais próprios, assim como patrocínios, apoios ou permutas concedidos a projetos e ações de instituições, grupos ou produtoras culturais, sempre com foco no trabalho de comunicação realizado e no alinhamento do investimento feito com a estratégia de atuação da empresa inscrita no Prêmio. Não serão avaliadas as ações de comunicação realizadas por organização intermediadora ou grupo patrocinado.

1.1. Estrutura do Material Descritivo/Projeto

O projeto deverá ser apresentado em formato de case, acompanhado de evidências (argumentos, materiais e resultados) que demonstrem os seus resultados. Os seguintes itens devem ser contemplados:

- a) Contexto que originou a estratégia – perfil da empresa/organização, desafios e oportunidades do mercado e objetivos de negócio enfrentados que a levaram a investir em ações culturais;
- b) Estratégia escolhida – diante do contexto, qual foi a estratégia adotada para o programa, projeto ou ação realizado e sua correlação com a cultura da empresa/organização;
- c) Comunicação com arte e cultura – estratégias, públicos, mensagens, canais e peças utilizadas para comunicar o tema e promover o engajamento dos públicos de interesse;
- d) Período do projeto – como as ações se desdobraram no tempo. Para contextualização, podem ser mencionadas ações realizadas antes do período de vigência desta edição do Prêmio, mas os jurados irão concentrar a avaliação nas ações realizadas dentro do período estipulado pelo regulamento;
- e) Investimento no projeto – valores investidos e equipes internas e externas envolvidas. Caso a organização participante não informe este item, acabará penalizada em sua nota pelo corpo de jurados dada a impossibilidade de precisar “Razoabilidade” na ficha de avaliação;
- f) Evidências de resultados – indicadores e análise dos resultados obtidos em relação aos objetivos pretendidos (índices, indicadores, dashboards, metodologia e resultados de pesquisas quantitativas e qualitativas, feedbacks do público-alvo, dados de alcance e engajamento e outros recursos similares). Atenção às comprovações: a dissonância de métricas que não refletem a performance em relação aos objetivos da ação implementada acabará penalizando a nota do projeto. Serão aceitos relatos contendo indicadores de processos, que servem para mensurar se um programa, projeto e/ou ação foi realizado da forma correta, mas a prioridade é detalhar os indicadores de resultados, que avaliam os impactos no decorrer e ao final da implementação. A determinação de excelência buscada pelo Prêmio Aberje precisa estar amparada nos indicadores de resultados.

1.2. Critérios de avaliação

- a) Adequação da estratégia ao contexto;
- b) Conexão entre a estratégia e as ações de comunicação utilizadas.
- c) Criatividade e inovação;
- d) Razoabilidade – recursos empregados em face dos objetivos e do retorno do investimento;
- e) Resultados obtidos para informação/sensibilização/mobilização dos públicos envolvidos;
- f) Qualidade do projeto – clareza, objetividade, disponibilização das informações e evidências;
- g) Defesa do projeto (critério aplicado exclusivamente à etapa Painel de Cases) – clareza, fluidez e capacidade de síntese, tanto na apresentação oral quanto na apresentação multimídia.

2. DIVERSIDADE E INCLUSÃO

Programas, projetos, campanhas e/ou ações de comunicação destinados a promover o engajamento dos públicos de interesse da organização em relação aos temas ligados à diversidade: raça/etnia, gênero, faixa etária, PcD's, religião, imigrantes/refugiados, LGBTQA+, entre outros subtemas.

2.1. Estrutura do Material Descritivo/Projeto

O projeto deverá ser apresentado em formato de case, acompanhado de evidências (argumentos, materiais e resultados) que demonstrem os seus resultados. Os seguintes itens devem ser contemplados:

- a) Contexto que originou a estratégia – perfil da empresa/organização, desafios e oportunidades do mercado e objetivos de negócio enfrentados que a levaram a investir no tema diversidade;
- b) Estratégia escolhida – diante do contexto, qual foi a estratégia adotada para o programa, projeto ou ação realizado e sua correlação com a cultura da empresa/organização;
- c) Comunicação da diversidade – estratégias, públicos, mensagens, canais e peças utilizadas para comunicar o tema e promover o engajamento dos públicos de interesse;
- d) Período do projeto – como as ações se desdobraram no tempo. Para contextualização, podem ser mencionadas ações realizadas antes do período de vigência desta edição do Prêmio, mas os jurados irão concentrar a avaliação nas ações realizadas dentro do período estipulado pelo

regulamento;

- e) Investimento no projeto – valores investidos e equipes internas e externas envolvidas. Caso a organização participante não informe este item, acabará penalizada em sua nota pelo corpo de jurados dada a impossibilidade de precisar “Razoabilidade” na ficha de avaliação;
- f) Evidências de resultados – indicadores e análise dos resultados obtidos em relação aos objetivos pretendidos (índices, indicadores, dashboards, metodologia e resultados de pesquisas quantitativas e qualitativas, feedbacks do público-alvo, dados de alcance e engajamento e outros recursos similares). Atenção às comprovações: a dissonância de métricas que não refletem a performance em relação aos objetivos da ação implementada acabará penalizando a nota do projeto. Serão aceitos relatos contendo indicadores de processos, que servem para mensurar se um programa, projeto e/ou ação foi realizado da forma correta, mas a prioridade é detalhar os indicadores de resultados, que avaliam os impactos no decorrer e ao final da implementação. A determinação de excelência buscada pelo Prêmio Aberje precisa estar amparada nos indicadores de resultados.

2.2. Critérios de avaliação

- a) Adequação da estratégia ao contexto;
- b) Conexão entre a estratégia e as ações de comunicação utilizadas.
- c) Criatividade e inovação;
- d) Razoabilidade – recursos empregados em face dos objetivos e do retorno do investimento;
- e) Resultados obtidos para informação/sensibilização/mobilização dos públicos envolvidos;
- f) Qualidade do projeto – clareza, objetividade, disponibilização das informações e evidências;
- g) Defesa do projeto (critério aplicado exclusivamente à etapa Painel de Cases) – clareza, fluidez e capacidade de síntese, tanto na apresentação oral quanto na apresentação multimídia.

3. ESPORTE E BEM-ESTAR

Conjunto de estratégias e ações empregadas para comunicar programas, projetos e ações de caráter esportivo aos públicos estratégicos definidos pela empresa (funcionários, imprensa, comunidade, entre outros), com o objetivo de construir relacionamentos, mobilizar para causas, gerar visibilidade, agregar atributos positivos à marca, ampliar o acesso à prática esportiva, colaborar com a saúde física e mental de determinado público estratégico, entre outros. Podem ser inscritos programas, projetos ou ações realizadas pela empresa inscrita e voltadas a qualquer tipo de esporte ou cuidado de saúde ocupacional ou mental, assim como patrocínios, apoios ou permutas concedidos a projetos e ações de instituições, grupos, agremiações, clubes e congêneres, sempre com foco no trabalho de comunicação realizado e no alinhamento do investimento feito com a estratégia de atuação da organização inscrita no Prêmio. Não serão avaliadas as ações de comunicação realizadas por grupo ou time patrocinado.

3.1. Estrutura do Material Descritivo/Projeto

O projeto deverá ser apresentado em formato de case, acompanhado de evidências (argumentos, materiais e resultados) que demonstrem os seus resultados. Os seguintes itens devem ser contemplados:

- a) Contexto que originou a estratégia – perfil da empresa/organização, desafios e oportunidades do mercado e objetivos de negócio enfrentados que a levaram a investir em ações esportivas e de saúde física e mental;
- b) Estratégia escolhida – diante do contexto, qual foi a estratégia adotada para o programa, projeto ou ação realizado e sua correlação com a cultura da empresa/organização;
- c) Comunicação com o esporte e bem-estar – estratégias, públicos, mensagens, canais e peças utilizadas para comunicar o tema e promover o engajamento dos públicos de interesse;
- d) Período do projeto – como as ações se desdobraram no tempo. Para contextualização, podem ser mencionadas ações realizadas antes do período de vigência desta edição do Prêmio, mas os jurados irão concentrar a avaliação nas ações realizadas dentro do período estipulado pelo

regulamento;

e) Investimento no projeto – valores investidos e equipes internas e externas envolvidas. Caso a organização participante não informe este item, acabará penalizada em sua nota pelo corpo de jurados dada a impossibilidade de precisar “Razoabilidade” na ficha de avaliação;

f) Evidências de resultados – indicadores e análise dos resultados obtidos em relação aos objetivos pretendidos (índices, indicadores, dashboards, metodologia e resultados de pesquisas quantitativas e qualitativas, feedbacks do público-alvo, dados de alcance e engajamento e outros recursos similares). Atenção às comprovações: a dissonância de métricas que não refletem a performance em relação aos objetivos da ação implementada acabará penalizando a nota do projeto. Serão aceitos relatos contendo indicadores de processos, que servem para mensurar se um programa, projeto e/ou ação foi realizado da forma correta, mas a prioridade é detalhar os indicadores de resultados, que avaliam os impactos no decorrer e ao final da implementação. A determinação de excelência buscada pelo Prêmio Aberje precisa estar amparada nos indicadores de resultados.

3.2. Critérios de avaliação

a) Adequação da estratégia ao contexto;

b) Conexão entre a estratégia e as ações de comunicação utilizadas.

c) Criatividade e inovação;

d) Razoabilidade – recursos empregados em face dos objetivos e do retorno do investimento;

e) Resultados obtidos para informação/sensibilização/mobilização dos públicos envolvidos;

f) Qualidade do projeto – clareza, objetividade, disponibilização das informações e evidências;

g) Defesa do projeto (critério aplicado exclusivamente à etapa Painel de Cases) – clareza, fluidez e capacidade de síntese, tanto na apresentação oral quanto na apresentação multimídia.

4. ÉTICA, INTEGRIDADE E COMPLIANCE

Programas, projetos, campanhas e/ou ações de comunicação destinados a promover o engajamento dos públicos de interesse da organização em relação aos temas de ética, integridade e compliance.

4.1. Estrutura do Material Descritivo/Projeto

O projeto deverá ser apresentado em formato de case, acompanhado de evidências (argumentos, materiais e resultados) que demonstrem os seus resultados. Os seguintes itens devem ser contemplados:

a) Contexto que originou a estratégia – perfil da empresa/organização, desafios e oportunidades do mercado, objetivos de negócio e situações críticas enfrentadas que a levaram a investir no tema de ética, integridade e compliance;

b) Estratégia escolhida – diante do contexto, qual foi a estratégia adotada para o programa, projeto ou ação realizado e sua correlação com a cultura da empresa/organização;

c) Comunicação da integridade e compliance – estratégias, públicos, mensagens, canais e peças utilizadas para comunicar o tema e promover o engajamento dos públicos de interesse;

d) Período do projeto – como as ações se desdobraram no tempo. Para contextualização, podem ser mencionadas ações realizadas antes do período de vigência desta edição do Prêmio, mas os jurados irão concentrar a avaliação nas ações realizadas dentro do período estipulado pelo regulamento;

e) Investimento no projeto – valores investidos e equipes internas e externas envolvidas. Caso a organização participante não informe este item, acabará penalizada em sua nota pelo corpo de jurados dada a impossibilidade de precisar “Razoabilidade” na ficha de avaliação;

f) Evidências de resultados – indicadores e análise dos resultados obtidos em relação aos objetivos pretendidos (índices, indicadores, dashboards, metodologia e resultados de pesquisas quantitativas e qualitativas, feedbacks do público-alvo, dados de alcance e engajamento e outros recursos similares). Atenção às comprovações: a dissonância de métricas que não refletem a performance em relação aos objetivos da ação implementada acabará penalizando a nota do projeto.

Serão aceitos relatos contendo indicadores de processos, que servem para mensurar se um programa, projeto e/ou ação foi realizado da forma correta, mas a prioridade é detalhar os indicadores de resultados, que avaliam os impactos no decorrer e ao final da implementação. A determinação de excelência buscada pelo Prêmio Aberje precisa estar amparada nos indicadores de resultados.

4.2. Critérios de avaliação

- a) Adequação da estratégia ao contexto;
- b) Conexão entre a estratégia e as ações de comunicação utilizadas;
- c) Criatividade e inovação;
- d) Razoabilidade – recursos empregados em face dos objetivos e do retorno do investimento;
- e) Ganhos para o engajamento com a integridade da marca e/ou do mercado e sociedade;
- f) Resultados obtidos para informação/sensibilização/mobilização dos públicos envolvidos;
- g) Qualidade do projeto – clareza, objetividade, disponibilização das informações e evidências;
- h) Defesa do projeto (critério aplicado exclusivamente à etapa Painel de Cases) – clareza, fluidez e capacidade de síntese, tanto na apresentação oral quanto na apresentação multimídia.

5. GESTÃO DE CRISES ORGANIZACIONAIS

Programas, projetos, campanhas e/ou ações de comunicação desenvolvidas e aplicadas em situações de gestão de crises (ou preventivamente) organizacionais que afetem ou possam afetar a reputação e o desempenho da organização.

5.1. Estrutura do Material Descritivo/Projeto

O projeto deverá ser apresentado em formato de case, acompanhado de evidências (argumentos, materiais e resultados) que demonstrem os seus resultados. Os seguintes itens devem ser contemplados:

- a) Contexto que originou a estratégia – perfil da empresa/organização, desafios e condições de operação que a levaram a investir em estratégias de gestão de crise;
- b) Estratégia escolhida – diante do contexto, qual foi a estratégia adotada para o programa, projeto ou ação realizado e sua correlação com a cultura da empresa/organização;
- c) Comunicação de gestão de crise – estratégias, públicos, mensagens, canais e peças utilizadas para comunicar o tema e promover o engajamento dos públicos de interesse;
- d) Período do projeto – como as ações se desdobraram no tempo. Para contextualização, podem ser mencionadas ações realizadas antes do período de vigência desta edição do Prêmio, mas os jurados irão concentrar a avaliação nas ações realizadas dentro do período estipulado pelo regulamento;
- e) Investimento no projeto – valores investidos e equipes internas e externas envolvidas. Caso a organização participante não informe este item, acabará penalizada em sua nota pelo corpo de jurados dada a impossibilidade de precisar “Razoabilidade” na ficha de avaliação;
- f) Evidências de resultados – indicadores e análise dos resultados obtidos em relação aos objetivos pretendidos (índices, indicadores, dashboards, metodologia e resultados de pesquisas quantitativas e qualitativas, feedbacks do público-alvo, dados de alcance e engajamento e outros recursos similares). Atenção às comprovações: a dissonância de métricas que não refletem a performance em relação aos objetivos da ação implementada acabará penalizando a nota do projeto.

Serão aceitos relatos contendo indicadores de processos, que servem para mensurar se um programa, projeto e/ou ação foi realizado da forma correta, mas a prioridade é detalhar os indicadores de resultados, que avaliam os impactos no decorrer e ao final da implementação. A determinação de excelência buscada pelo Prêmio Aberje precisa estar amparada nos indicadores de resultados.

5.2. Critérios de avaliação

- a) Adequação da estratégia ao contexto;
- b) Conexão entre a estratégia e as ações de comunicação utilizadas;
- c) Criatividade e inovação;

- d) Razoabilidade – recursos empregados em face dos objetivos e do retorno do investimento;
- e) Resultados obtidos para informação/sensibilização/mobilização dos públicos envolvidos;
- f) Qualidade do projeto – clareza, objetividade, disponibilização das informações e evidências;
- g) Defesa do projeto (critério aplicado exclusivamente à etapa Painel de Cases) – clareza, fluidez e capacidade de síntese, tanto na apresentação oral quanto na apresentação multimídia.

6. MARCA

Programas, projetos, campanhas e/ou ações de comunicação destinados a aumentar o valor da marca corporativa ou de seus produtos, favorecendo sua imagem e reputação. Podem ser inscritos nesta categoria campanhas institucionais, fusões/aquisições, lançamento de nova marca corporativa/de produto, rebranding/reposicionamento de marca.

6.1. Estrutura do Material Descritivo/Projeto

O projeto deverá ser apresentado em formato de case, acompanhado de evidências (argumentos, materiais e resultados) que demonstrem os seus resultados. Os seguintes itens devem ser contemplados:

- a) Contexto que originou a estratégia - perfil da empresa/produto, desafios e oportunidades do mercado, objetivos de negócio que levaram ao investimento em marca;
- b) Estratégia escolhida - diante do contexto, como foi o processo de (re)posicionamento da marca e sua implementação;
- c) Comunicação da nova marca/campanha - estratégias, públicos, mensagens, canais e peças utilizadas para comunicar a marca e promover o engajamento dos públicos de interesse;
- d) Período do projeto - como as ações se desdobraram no tempo. Para contextualização, podem ser mencionadas ações realizadas antes do período de vigência desta edição do Prêmio, mas os jurados irão concentrar a avaliação nas ações realizadas dentro do período estipulado pelo regulamento;
- e) Investimento no projeto – valores investidos e equipes internas e externas envolvidas. Caso a organização participante não informe este item, acabará penalizada em sua nota pelo corpo de jurados dada a impossibilidade de precisar “Razoabilidade” na ficha de avaliação;
- f) Evidências de resultados – indicadores e análise dos resultados obtidos em relação aos objetivos pretendidos (índices, indicadores, dashboards, metodologia e resultados de pesquisas quantitativas e qualitativas, feedbacks do público-alvo, dados de alcance e engajamento e outros recursos similares). Atenção às comprovações: a dissonância de métricas que não refletem a performance em relação aos objetivos da ação implementada acabará penalizando a nota do projeto. Serão aceitos relatos contendo indicadores de processos, que servem para mensurar se um programa, projeto e/ou ação foi realizado da forma correta, mas a prioridade é detalhar os indicadores de resultados, que avaliam os impactos no decorrer e ao final da implementação. A determinação de excelência buscada pelo Prêmio Aberje precisa estar amparada nos indicadores de resultados.

6.2. Critérios de avaliação

- a) Adequação da estratégia ao contexto;
- b) Conexão entre a estratégia e as ações de comunicação utilizadas;
- c) Criatividade e inovação;
- d) Razoabilidade – recursos empregados em face dos objetivos e do retorno do investimento;
- e) Resultados obtidos para informação/sensibilização/mobilização dos públicos envolvidos;
- f) Qualidade do projeto – clareza, objetividade, disponibilização das informações e evidências;
- g) Defesa do projeto (critério aplicado exclusivamente à etapa Painel de Cases) – clareza, fluidez e capacidade de síntese, tanto na apresentação oral quanto na apresentação multimídia.

7. MEMÓRIA ORGANIZACIONAL

Programas, projetos, campanhas e/ou ações de comunicação voltados à preservação, à valorização e à divulgação da memória de empresas/organizações e de seus museus e/ou centros de memória.

Essa memória pode ser traduzida na responsabilidade histórica da empresa/organização em relação a públicos, produtos, serviços, tecnologias, territórios e saberes que fazem parte da sua trajetória histórica.

7.1. Estrutura do Material Descritivo/Projeto

O projeto deverá ser apresentado em formato de case, acompanhado de evidências (argumentos, materiais e resultados) que demonstrem os seus resultados. Os seguintes itens devem ser contemplados:

- a) Contexto que originou a estratégia – perfil da empresa/organização, desafios e oportunidades do mercado e objetivos de negócio que a levaram a investir no tema da memória;
- b) Estratégia escolhida – diante do contexto, qual foi a estratégia adotada para o programa, projeto, ação ou centro de memória e sua correlação com a cultura da empresa/organização;
- c) Comunicação da memória – estratégias, públicos, mensagens, canais e peças utilizadas para comunicar o tema e promover o engajamento dos públicos de interesse;
- d) Período do projeto – como as ações se desdobraram no tempo. Para contextualização, podem ser mencionadas ações realizadas antes do período de vigência desta edição do Prêmio, mas os jurados irão concentrar a avaliação nas ações realizadas dentro do período estipulado pelo regulamento;
- e) Investimento no projeto – valores investidos e equipes internas e externas envolvidas. Caso a organização participante não informe este item, acabará penalizada em sua nota pelo corpo de jurados dada a impossibilidade de precisar “Razoabilidade” na ficha de avaliação;
- f) Evidências de resultados – indicadores e análise dos resultados obtidos em relação aos objetivos pretendidos (índices, indicadores, dashboards, metodologia e resultados de pesquisas quantitativas e qualitativas, feedbacks do público-alvo, dados de alcance e engajamento e outros recursos similares). Atenção às comprovações: a dissonância de métricas que não refletem a performance em relação aos objetivos da ação implementada acabará penalizando a nota do projeto. Serão aceitos relatos contendo indicadores de processos, que servem para mensurar se um programa, projeto e/ou ação foi realizado da forma correta, mas a prioridade é detalhar os indicadores de resultados, que avaliam os impactos no decorrer e ao final da implementação. A determinação de excelência buscada pelo Prêmio Aberje precisa estar amparada nos indicadores de resultados.

7.2. Critérios de avaliação

- a) Adequação da estratégia ao contexto;
- b) Conexão entre a estratégia e as ações de comunicação utilizadas;
- c) Criatividade e inovação;
- d) Razoabilidade – recursos empregados em face dos objetivos e do retorno do investimento;
- e) Resultados obtidos para informação/sensibilização/mobilização dos públicos envolvidos;
- f) Qualidade do projeto – clareza, objetividade, disponibilização das informações e evidências;
- g) Defesa do projeto (critério aplicado exclusivamente à etapa Painel de Cases) – clareza, fluidez e capacidade de síntese, tanto na apresentação oral quanto na apresentação multimídia.

8. RELACIONAMENTO INTERNACIONAL

As ações, atividades, processos e práticas de comunicação e relacionamento que ocorrem fora do Brasil e envolvem um ou mais públicos estratégicos de uma organização sediada no Brasil são considerados projetos para fins deste Prêmio. Esses projetos podem ser propostos, gerenciados e/ou implementados por equipes internas ou por empresas fornecedoras, desde que estejam localizadas ou contratadas em território brasileiro. Trabalhos conceituados e/ou executados por equipe global, tendo apenas algum encaixe de atuação de equipe brasileira, não estarão adequados à proposta da categoria. Serão aceitas abordagens institucionais ou mercadológicas, incluindo esforços para promover a “Marca Brasil”.

No caso de projetos candidatados em que não é legível a responsabilidade ou preponderância da equipe interna brasileira em seu planejamento e operacionalização, ou de fornecedor contratado com sede oficial em território brasileiro, o trabalho será desclassificado, não havendo quaisquer possibilidades de recurso.

8.1. Estrutura do Material Descritivo/Projeto

O projeto deverá ser apresentado em formato de case, acompanhado de evidências (argumentos, materiais e resultados) que demonstrem os seus resultados. Os seguintes itens devem ser contemplados:

- a) Contexto que originou a estratégia – perfil da empresa/organização, desafios e oportunidades do mercado e objetivos de negócio enfrentados que a levaram a investir na comunicação internacional;
- b) Estratégia escolhida – diante do contexto, qual foi a estratégia adotada para o programa, projeto ou ação realizado e sua correlação com a cultura da empresa/organização;
- c) Comunicação e relacionamento internacional – estratégias, públicos, mensagens, canais e peças utilizadas para comunicar o tema e promover o engajamento dos públicos de interesse;
- d) Período do projeto – como as ações se desdobraram no tempo. Para contextualização, podem ser mencionadas ações realizadas antes do período de vigência desta edição do Prêmio, mas os jurados irão concentrar a avaliação nas ações realizadas dentro do período estipulado pelo regulamento;
- e) Investimento no projeto – valores investidos e equipes internas e externas envolvidas. Caso a organização participante não informe este item, acabará penalizada em sua nota pelo corpo de jurados dada a impossibilidade de precisar “Razoabilidade” na ficha de avaliação;
- f) Evidências de resultados – indicadores e análise dos resultados obtidos em relação aos objetivos pretendidos (índices, indicadores, dashboards, metodologia e resultados de pesquisas quantitativas e qualitativas, feedbacks do público-alvo, dados de alcance e engajamento e outros recursos similares). Atenção às comprovações: a dissonância de métricas que não refletem a performance em relação aos objetivos da ação implementada acabará penalizando a nota do projeto. Serão aceitos relatos contendo indicadores de processos, que servem para mensurar se um programa, projeto e/ou ação foi realizado da forma correta, mas a prioridade é detalhar os indicadores de resultados, que avaliam os impactos no decorrer e ao final da implementação. A determinação de excelência buscada pelo Prêmio Aberje precisa estar amparada nos indicadores de resultados.

8.2. Critérios de avaliação

- a) Adequação da estratégia ao contexto;
- b) Conexão entre a estratégia e as ações de comunicação utilizadas;
- c) Criatividade e inovação;
- d) Razoabilidade – recursos empregados em face dos objetivos e do retorno do investimento;
- e) Resultados obtidos para informação/sensibilização/mobilização dos públicos envolvidos;
- f) Qualidade do projeto – clareza, objetividade, disponibilização das informações e evidências;
- g) Defesa do projeto (critério aplicado exclusivamente à etapa Nacional no Pannel de Cases) – clareza, fluidez e capacidade de síntese, tanto na apresentação oral quanto na apresentação multimídia.

9. SUSTENTABILIDADE ORGANIZACIONAL

Programas, projetos, campanhas e/ou ações de comunicação destinados a promover o engajamento de públicos estratégicos da empresa/organização em temas relacionados ao desenvolvimento sustentável, aos princípios ESG e à sustentabilidade em sua concepção plena — abrangendo as dimensões ambiental, social e econômica.

Podem ser inscritos projetos vinculados ao negócio da organização proponente e/ou relacionados a grupos de interesse direta ou indiretamente afetados por suas atividades, com destaque para iniciativas que evidenciem impacto positivo, coerência institucional e contribuição para práticas mais sustentáveis no setor em que atuam.

Projetos de Sustentabilidade centrados especificamente no braço social ficam mais valorizados se forem inscritos na categoria Sociedade. Projetos de Diversidade & Inclusão, de Arte e Cultura e de Esporte e Bem-Estar, mesmo que voltados também a políticas e comunicações sobre sustentabilidade do proponente, ficam mais valorizados se forem inscritos nas respectivas categorias específicas.

9.1. Estrutura do Material Descritivo/Projeto

O projeto deverá ser apresentado em formato de case, acompanhado de evidências (argumentos, materiais e resultados) que demonstrem os seus resultados. Os seguintes itens devem ser contemplados:

- a) Contexto que originou a estratégia – perfil da empresa/organização, desafios e oportunidades do mercado, objetivos de negócio e situações críticas que a levaram a promover o tema da sustentabilidade;
- b) Estratégia escolhida – diante do contexto, qual foi a estratégia adotada para o programa, projeto ou ação realizada e sua correlação com a política de sustentabilidade da empresa/organização;
- c) Comunicação da sustentabilidade – estratégias, públicos, mensagens, canais e peças utilizadas para comunicar o tema e promover o engajamento dos públicos de interesse;
- d) Período do projeto – como as ações se desdobraram no tempo. Para contextualização, podem ser mencionadas ações realizadas antes do período de vigência desta edição do Prêmio, mas os jurados irão concentrar a avaliação nas ações realizadas dentro do período estipulado pelo regulamento;
- e) Investimento no projeto – valores investidos e equipes internas e externas envolvidas. Caso a organização participante não informe este item, acabará penalizada em sua nota pelo corpo de jurados dada a impossibilidade de precisar “Razoabilidade” na ficha de avaliação;
- f) Evidências de resultados – indicadores e análise dos resultados obtidos em relação aos objetivos pretendidos (índices, indicadores, dashboards, metodologia e resultados de pesquisas quantitativas e qualitativas, feedbacks do público-alvo, dados de alcance e engajamento e outros recursos similares). Atenção às comprovações: a dissonância de métricas que não refletem a performance em relação aos objetivos da ação implementada acabará penalizando a nota do projeto. Serão aceitos relatos contendo indicadores de processos, que servem para mensurar se um programa, projeto e/ou ação foi realizado da forma correta, mas a prioridade é detalhar os indicadores de resultados, que avaliam os impactos no decorrer e ao final da implementação. A determinação de excelência buscada pelo Prêmio Aberje precisa estar amparada nos indicadores de resultados.

9.2. Critérios de avaliação

- a) Adequação da estratégia ao contexto;
- b) Conexão entre a estratégia e as ações de comunicação utilizadas;
- c) Criatividade e inovação;
- d) Razoabilidade – recursos empregados em face dos objetivos e do retorno do investimento;
- e) Resultados obtidos para informação/sensibilização/mobilização dos públicos envolvidos;
- f) Qualidade do projeto – clareza, objetividade, disponibilização das informações e evidências;
- g) Defesa do projeto (critério aplicado exclusivamente à etapa Painel de Cases) – clareza, fluidez e capacidade de síntese, tanto na apresentação oral quanto na apresentação multimídia.

16.2.2. O **EIXO 2** tem **FOCO os PÚBLICOS**, e visa receber projetos de Comunicação Relacionamento que estejam direcionados a um dos seis públicos específicos, detalhados a seguir:

10. CONSUMIDOR/CLIENTE

Programas, projetos, campanhas e/ou ações de comunicação institucional e/ou de marketing destinados a promover ou manter o relacionamento da empresa/organização com o consumidor/cliente (pessoa física ou jurídica). De acordo com o escopo do seu projeto, avalie se ele enquadra melhor na categoria de Marca.

10.1. Estrutura do Material Descritivo/Projeto

O projeto deverá ser apresentado em formato de case, acompanhado de evidências (argumentos, materiais e resultados) que demonstrem os seus resultados. Os seguintes itens devem ser contemplados:

- a) Contexto que originou a estratégia – perfil da empresa/organização, desafios e oportunidades do mercado, objetivos de negócio que levaram ao investimento no relacionamento com consumidores/clientes;
- b) Estratégia escolhida – diante do contexto, qual foi a estratégia adotada para o programa, projeto ou ação realizado;
- c) Ações de relacionamento – estratégias, públicos, mensagens, canais e peças utilizadas para promover o relacionamento com o consumidor/cliente;
- d) Período do projeto – como as ações se desdobraram no tempo. Para contextualização, podem ser mencionadas ações realizadas antes do período de vigência desta edição do Prêmio, mas os jurados irão concentrar a avaliação nas ações realizadas dentro do período estipulado pelo regulamento;
- e) Investimento no projeto – valores investidos e equipes internas e externas envolvidas. Caso a organização participante não informe este item, acabará penalizada em sua nota pelo corpo de jurados dada a impossibilidade de precisar “Razoabilidade” na ficha de avaliação;
- f) Evidências de resultados – indicadores e análise dos resultados obtidos em relação aos objetivos pretendidos (índices, indicadores, dashboards, metodologia e resultados de pesquisas quantitativas e qualitativas, feedbacks do público-alvo, dados de alcance e engajamento e outros recursos similares). Atenção às comprovações: a dissonância de métricas que não refletem a performance em relação aos objetivos da ação implementada acabará penalizando a nota do projeto. Serão aceitos relatos contendo indicadores de processos, que servem para mensurar se um programa, projeto e/ou ação foi realizado da forma correta, mas a prioridade é detalhar os indicadores de resultados, que avaliam os impactos no decorrer e ao final da implementação. A determinação de excelência buscada pelo Prêmio Aberje precisa estar amparada nos indicadores de resultados.

10.2. Critérios de avaliação

- a) Adequação da estratégia ao contexto;
- b) Conexão entre a estratégia e as ações de comunicação utilizadas;
- c) Criatividade e inovação;
- d) Razoabilidade – recursos empregados em face dos objetivos e do retorno do investimento;
- e) Resultados obtidos para informação/sensibilização/mobilização dos públicos envolvidos;
- f) Qualidade do projeto – clareza, objetividade, disponibilização das informações e evidências;
- g) Defesa do projeto (critério aplicado exclusivamente à etapa Painel de Cases) – clareza, fluidez e capacidade de síntese, tanto na apresentação oral quanto na apresentação multimídia.

11. IMPRENSA

Programas, projetos, campanhas e/ou ações destinados a promover ou manter o relacionamento com a imprensa, nacional ou internacional. No caso de projeto realizado exclusivamente para a imprensa internacional, convém analisar possibilidade de concorrer no Eixo 1 na categoria Relacionamento Internacional.

11.1. Estrutura do Material Descritivo/Projeto

O projeto deverá ser apresentado em formato de case, acompanhado de evidências (argumentos, materiais e resultados) que demonstrem os seus resultados. Os seguintes itens devem ser

contemplados:

- a) Contexto que originou a estratégia – perfil da empresa/organização, desafios e oportunidades do mercado, objetivos de negócio que levaram ao investimento em relacionamento com a imprensa;
- b) Estratégia escolhida – diante do contexto, qual foi a estratégia adotada para o programa, projeto ou ação realizado;
- c) Ações de relacionamento – estratégias, públicos, mensagens, canais e peças utilizadas para divulgar informações e promover o vínculo com a imprensa;
- d) Período do projeto – como as ações se desdobraram no tempo. Para contextualização, podem ser mencionadas ações realizadas antes do período de vigência desta edição do Prêmio, mas os jurados irão concentrar a avaliação nas ações realizadas dentro do período estipulado pelo regulamento;
- e) Investimento no projeto – valores investidos e equipes internas e externas envolvidas. Caso a organização participante não informe este item, acabará penalizada em sua nota pelo corpo de jurados dada a impossibilidade de precisar “Razoabilidade” na ficha de avaliação;
- f) Evidências de resultados – indicadores e análise dos resultados obtidos em relação aos objetivos pretendidos (índices, indicadores, dashboards, metodologia e resultados de pesquisas quantitativas e qualitativas, feedbacks do público-alvo, dados de alcance e engajamento e outros recursos similares). Atenção às comprovações: a dissonância de métricas que não refletem a performance em relação aos objetivos da ação implementada acabará penalizando a nota do projeto. Serão aceitos relatos contendo indicadores de processos, que servem para mensurar se um programa, projeto e/ou ação foi realizado da forma correta, mas a prioridade é detalhar os indicadores de resultados, que avaliam os impactos no decorrer e ao final da implementação. A determinação de excelência buscada pelo Prêmio Aberje precisa estar amparada nos indicadores de resultados.

11.2. Critérios de avaliação

- a) Adequação da estratégia ao contexto;
- b) Conexão entre a estratégia e as ações de comunicação utilizadas;
- c) Criatividade e inovação;
- d) Razoabilidade – recursos empregados em face dos objetivos e do retorno do investimento;
- e) Resultados obtidos para informação/sensibilização/mobilização dos públicos envolvidos;
- f) Qualidade do projeto – clareza, objetividade, disponibilização das informações e evidências;
- g) Defesa do projeto (critério aplicado exclusivamente à etapa Painel de Cases) – clareza, fluidez e capacidade de síntese, tanto na apresentação oral quanto na apresentação multimídia.

12. INFLUENCIADOR(ES) E PRODUTORES DE CONTEÚDO

Programas, projetos, campanhas e/ou ações destinados a estabelecer, promover ou manter o relacionamento com influenciadores e/ou com usuários (clientes, fornecedores, empregados ou outros stakeholders) produtores e distribuidores de conteúdo próprio.

12.1. Estrutura do Material Descritivo/Projeto

O projeto deverá ser apresentado em formato de case, acompanhado de evidências (argumentos, materiais e resultados) que demonstrem os seus resultados. Os seguintes itens devem ser contemplados:

- a) Contexto que originou a estratégia – perfil da empresa/organização, desafios e oportunidades do mercado, objetivos de negócio que levaram ao investimento em relacionamento com os influenciadores e/ou com usuários produtores e distribuidores de conteúdo próprio;
- b) Estratégia escolhida – diante do contexto, qual foi a estratégia adotada para o programa, projeto ou ação realizado;
- c) Ações de relacionamento – estratégias, públicos, mensagens, canais e peças utilizadas para divulgar informações e promover o vínculo com os influenciadores e/ou com usuários produtores e distribuidores de conteúdo próprio;
- d) Período do projeto – como as ações se desdobraram no tempo. Para contextualização, podem

ser mencionadas ações realizadas antes do período de vigência desta edição do Prêmio, mas os jurados irão concentrar a avaliação nas ações realizadas dentro do período estipulado pelo regulamento;

e) Investimento no projeto – valores investidos e equipes internas e externas envolvidas. Caso a organização participante não informe este item, acabará penalizada em sua nota pelo corpo de jurados dada a impossibilidade de precisar “Razoabilidade” na ficha de avaliação;

f) Evidências de resultados – indicadores e análise dos resultados obtidos em relação aos objetivos pretendidos (índices, indicadores, dashboards, metodologia e resultados de pesquisas quantitativas e qualitativas, feedbacks do público-alvo, dados de alcance e engajamento e outros recursos similares). Atenção às comprovações: a dissonância de métricas que não refletem a performance em relação aos objetivos da ação implementada acabará penalizando a nota do projeto. Serão aceitos relatos contendo indicadores de processos, que servem para mensurar se um programa, projeto e/ou ação foi realizado da forma correta, mas a prioridade é detalhar os indicadores de resultados, que avaliam os impactos no decorrer e ao final da implementação. A determinação de excelência buscada pelo Prêmio Aberje precisa estar amparada nos indicadores de resultados.

12.2. Critérios de avaliação

a) Adequação da estratégia ao contexto;

b) Conexão entre a estratégia e as ações de comunicação utilizadas;

c) Criatividade e inovação;

d) Razoabilidade – recursos empregados em face dos objetivos e do retorno do investimento;

e) Resultados obtidos para informação/sensibilização/mobilização dos públicos envolvidos;

f) Qualidade do projeto – clareza, objetividade, disponibilização das informações e evidências;

g) Defesa do projeto (critério aplicado exclusivamente à etapa Painel de Cases) – clareza, fluidez e capacidade de síntese, tanto na apresentação oral quanto na apresentação multimídia.

13. MULTIPÚBLICOS

Programas, projetos, campanhas e/ou ações de comunicação destinados a promover o relacionamento com mais de um público de interesse da empresa/organização. Essa é uma categoria bastante ampla, que engloba uma diversidade de projetos. Por isso, se o seu projeto tiver um aspecto específico que o distinga, como um público principal ou um tema, dê preferência a essas categorias específicas e desenvolva o projeto com foco nelas.

13.1. Estrutura do Material Descritivo/Projeto

O projeto deverá ser apresentado em formato de case, acompanhado de evidências (argumentos, materiais e resultados) que demonstrem os seus resultados. Os seguintes itens devem ser contemplados:

a) Contexto que originou a estratégia – perfil da empresa/organização, desafios e oportunidades do mercado, objetivos de negócio e suas diretrizes de comunicação que levaram ao investimento no relacionamento com os públicos;

b) Estratégia escolhida – diante do contexto e das características do(s) público(s) priorizado(s) (segmentos e desafios da comunicação), qual foi a estratégia adotada para o programa, projeto ou ação realizado;

c) Ações de relacionamento – estratégias, públicos, mensagens, canais e peças utilizadas para promover relacionamento com os públicos priorizados;

d) Período do projeto – como as ações se desdobraram no tempo. Para contextualização, podem ser mencionadas ações realizadas antes do período de vigência desta edição do Prêmio, mas os jurados irão concentrar a avaliação nas ações realizadas dentro do período estipulado pelo regulamento;

e) Investimento no projeto – valores investidos e equipes internas e externas envolvidas. Caso a organização participante não informe este item, acabará penalizada em sua nota pelo corpo de jurados dada a impossibilidade de precisar “Razoabilidade” na ficha de avaliação;

f) Evidências de resultados – indicadores e análise dos resultados obtidos em relação aos objetivos pretendidos (índices, indicadores, dashboards, metodologia e resultados de pesquisas quantitativas e qualitativas, feedbacks do público-alvo, dados de alcance e engajamento e outros recursos similares). Atenção às comprovações: a dissonância de métricas que não refletem a performance em relação aos objetivos da ação implementada acabará penalizando a nota do projeto. Serão aceitos relatos contendo indicadores de processos, que servem para mensurar se um programa, projeto e/ou ação foi realizado da forma correta, mas a prioridade é detalhar os indicadores de resultados, que avaliam os impactos no decorrer e ao final da implementação. A determinação de excelência buscada pelo Prêmio Aberje precisa estar amparada nos indicadores de resultados.

13.2. Critérios de avaliação

- a) Adequação da estratégia ao contexto;
- b) Conexão entre a estratégia e as ações de comunicação utilizadas;
- c) Criatividade e inovação;
- d) Razoabilidade – recursos empregados em face dos objetivos e do retorno do investimento;
- e) Resultados obtidos para informação/sensibilização/mobilização dos públicos envolvidos;
- f) Qualidade do projeto – clareza, objetividade, disponibilização das informações e evidências;
- g) Defesa do projeto (critério aplicado exclusivamente à etapa Painel de Cases) – clareza, fluidez e capacidade de síntese, tanto na apresentação oral quanto na apresentação multimídia.

14. PÚBLICO INTERNO

Programas, projetos, campanhas e/ou ações de comunicação destinados a promover ou manter o relacionamento da empresa/organização com o seu público interno (empregados, terceirizados, familiares, trainees, estagiários, gestores, sócios, acionistas, aposentados, expatriados), independente do regime de contratação.

14.1. Estrutura do Material Descritivo/Projeto

O projeto deverá ser apresentado em formato de case, acompanhado de evidências (argumentos, materiais e resultados) que demonstrem os seus resultados. Os seguintes itens devem ser contemplados:

- a) Contexto que originou a estratégia – perfil da empresa/organização, desafios e oportunidades do mercado, objetivos de negócio e modelo de cultura que levaram ao investimento no relacionamento com o público interno;
- b) Estratégia escolhida – diante do contexto e das características do(s) público(s) priorizado(s) (segmentos e desafios da comunicação), qual foi a estratégia adotada para o programa, projeto ou ação realizado;
- c) Ações de relacionamento – estratégias, públicos, mensagens, canais e peças utilizadas para promover relacionamento com o público interno;
- d) Período do projeto – como as ações se desdobraram no tempo. Para contextualização, podem ser mencionadas ações realizadas antes do período de vigência desta edição do Prêmio, mas os jurados irão concentrar a avaliação nas ações realizadas dentro do período estipulado pelo regulamento;
- e) Investimento no projeto – valores investidos e equipes internas e externas envolvidas. Caso a organização participante não informe este item, acabará penalizada em sua nota pelo corpo de jurados dada a impossibilidade de precisar “Razoabilidade” na ficha de avaliação;
- f) Evidências de resultados – indicadores e análise dos resultados obtidos em relação aos objetivos pretendidos (índices, indicadores, dashboards, metodologia e resultados de pesquisas quantitativas e qualitativas, feedbacks do público-alvo, dados de alcance e engajamento e outros recursos similares). Atenção às comprovações: a dissonância de métricas que não refletem a performance em relação aos objetivos da ação implementada acabará penalizando a nota do projeto. Serão aceitos relatos contendo indicadores de processos, que servem para mensurar se um programa, projeto e/ou ação foi realizado da forma correta, mas a prioridade é detalhar os

indicadores de resultados, que avaliam os impactos no decorrer e ao final da implementação. A determinação de excelência buscada pelo Prêmio Aberje precisa estar amparada nos indicadores de resultados.

14.2. Critérios de avaliação

- a) Adequação da estratégia ao contexto;
- b) Conexão entre a estratégia e as ações de comunicação utilizadas;
- c) Criatividade e inovação;
- d) Razoabilidade – recursos empregados em face dos objetivos e do retorno do investimento;
- e) Resultados obtidos para informação/sensibilização/mobilização dos públicos envolvidos;
- f) Qualidade do projeto – clareza, objetividade, disponibilização das informações e evidências;
- g) Defesa do projeto (critério aplicado exclusivamente à etapa Painel de Cases) – clareza, fluidez e capacidade de síntese, tanto na apresentação oral quanto na apresentação multimídia.

15. SOCIEDADE

Programas, projetos, campanhas e/ou ações de comunicação destinados a promover, manter ou fortalecer o relacionamento com a sociedade, ampliar o acesso a direitos, fomentar políticas públicas ou impulsionar transformações sociais e ambientais por meio da comunicação, realizados tanto por empresas e governos quanto por organizações da sociedade civil — associações, fundações, cooperativas sociais e organizações religiosas. São aceitos projetos nas áreas de educação, cidadania, saúde e outros tipos de ações de caráter social ou de engajamento de comunidades com temas e iniciativas do proponente.

Projetos de Diversidade & Inclusão, de Sustentabilidade (quando contempladas as três dimensões ESG), de Arte e Cultura e de Esporte e Bem-Estar, mesmo que voltados também à sociedade, ficam mais valorizados se forem inscritos nas respectivas categorias específicas.

15.1. Estrutura do Material Descritivo/Projeto

O projeto deverá ser apresentado em formato de case, acompanhado de evidências (argumentos, materiais e resultados) que demonstrem os seus resultados. Os seguintes itens devem ser contemplados:

- a) Contexto que originou a estratégia – perfil da empresa/organização, desafios e oportunidades do mercado, objetivos de negócio que levaram ao investimento em ações sociais;
- b) Estratégia escolhida – diante do contexto, qual foi a estratégia adotada para o programa, projeto ou ação realizado;
- c) Ações de relacionamento – estratégias, públicos, mensagens, canais e peças utilizadas para promover produtos e serviços à sociedade;
- d) Período do projeto – como as ações se desdobraram no tempo. Para contextualização, podem ser mencionadas ações realizadas antes do período de vigência desta edição do Prêmio, mas os jurados irão concentrar a avaliação nas ações realizadas dentro do período estipulado pelo regulamento;
- e) Investimento no projeto – valores investidos e equipes internas e externas envolvidas. Caso a organização participante não informe este item, acabará penalizada em sua nota pelo corpo de jurados dada a impossibilidade de precisar “Razoabilidade” na ficha de avaliação;
- f) Evidências de resultados – indicadores e análise dos resultados obtidos em relação aos objetivos pretendidos (índices, indicadores, dashboards, metodologia e resultados de pesquisas quantitativas e qualitativas, feedbacks do público-alvo, dados de alcance e engajamento e outros recursos similares). Atenção às comprovações: a dissonância de métricas que não refletem a performance em relação aos objetivos da ação implementada acabará penalizando a nota do projeto. Serão aceitos relatos contendo indicadores de processos, que servem para mensurar se um programa, projeto e/ou ação foi realizado da forma correta, mas a prioridade é detalhar os indicadores de resultados, que avaliam os impactos no decorrer e ao final da implementação. A determinação de excelência buscada pelo Prêmio Aberje precisa estar amparada nos indicadores de resultados.

15.2. Critérios de avaliação

- a) Adequação da estratégia ao contexto;
- b) Conexão entre a estratégia e as ações de comunicação utilizadas;
- c) Criatividade e inovação;
- d) Razoabilidade – recursos empregados em face dos objetivos e do retorno do investimento;
- e) Resultados obtidos para informação/sensibilização/mobilização dos públicos envolvidos;
- f) Qualidade do projeto – clareza, objetividade, disponibilização das informações e evidências;
- g) Defesa do projeto (critério aplicado exclusivamente à etapa Painel de Cases) – clareza, fluidez e capacidade de síntese, tanto na apresentação oral quanto na apresentação multimídia.

16.2.3. O **EIXO 3** tem como **FOCO EM MEIOS** de comunicação, e tem por objetivo receber projetos de Produção e Comunicação que estejam direcionados a um dos cinco meios ou veículos específicos, detalhados a seguir:

16. EVENTO

Projetos de eventos institucionais e/ou promocionais utilizados como estratégia de comunicação/relacionamento com públicos de interesse da empresa/organização.

16.1. Estrutura do Material Descritivo/Projeto

O projeto deverá ser apresentado em formato de case, acompanhado de evidências (argumentos, materiais e resultados) que demonstrem os seus resultados. Os seguintes itens devem ser contemplados:

- a) Contexto que originou a estratégia – perfil da empresa/organização, desafios e oportunidades do mercado, objetivos de negócio e suas diretrizes de comunicação, perfis dos públicos trabalhados que levaram ao investimento no evento realizado;
- b) Estratégia escolhida – diante do contexto, qual foi a estratégia adotada para o evento;
- c) Ações de relacionamento – estratégias, mensagens, canais e peças utilizadas no evento para promover o relacionamento com os públicos escolhidos;
- d) Período do projeto – como as ações se desdobraram no tempo. Para contextualização, podem ser mencionadas ações realizadas antes do período de vigência desta edição do Prêmio, mas os jurados irão concentrar a avaliação nas ações realizadas dentro do período estipulado pelo regulamento;
- e) Investimento no projeto – valores investidos e equipes internas e externas envolvidas. Caso a organização participante não informe este item, acabará penalizada em sua nota pelo corpo de jurados dada a impossibilidade de precisar “Razoabilidade” na ficha de avaliação;
- f) Evidências de resultados – indicadores e análise dos resultados obtidos em relação aos objetivos pretendidos (índices, indicadores, dashboards, metodologia e resultados de pesquisas quantitativas e qualitativas, feedbacks do público-alvo, dados de alcance e engajamento e outros recursos similares). Atenção às comprovações: a dissonância de métricas que não refletem a performance em relação aos objetivos da ação implementada acabará penalizando a nota do projeto. Serão aceitos relatos contendo indicadores de processos, que servem para mensurar se um programa, projeto e/ou ação foi realizado da forma correta, mas a prioridade é detalhar os indicadores de resultados, que avaliam os impactos no decorrer e ao final da implementação. A determinação de excelência buscada pelo Prêmio Aberje precisa estar amparada nos indicadores de resultado.

16.2. Critérios de avaliação

- a) Adequação da estratégia ao contexto;
- b) Conexão entre a estratégia e as ações de comunicação utilizadas - adequação das peças de comunicação utilizadas ao posicionamento da empresa/organização e ao perfil dos públicos envolvidos;
- c) Criatividade e inovação;
- d) Razoabilidade – recursos empregados em face dos objetivos e do retorno do investimento;

- e) Qualidade do projeto – clareza, objetividade e disponibilização de evidência como peças de comunicação, programação, cenografia, canais, clipping, entre outras.

17. MÍDIA AUDIOVISUAL

Projetos de comunicação que utilizem mídias audiovisuais – vídeos, programas de rádio e filmes institucionais, conteúdo para TVs corporativas e murais eletrônicos. Ainda que eles sejam veiculados em rede digital, são considerados Mídia Audiovisual. Podem ser inscritas peças únicas, não sendo necessárias séries.

17.1. Estrutura do Material Descritivo/Projeto

O projeto deverá ser apresentado em formato de case, acompanhado de evidências (argumentos, materiais e resultados) que demonstrem os seus resultados. Os seguintes itens devem ser contemplados:

- a) Contexto que originou a estratégia – perfil da empresa/organização, desafios e oportunidades do mercado, objetivos de negócio e suas diretrizes de comunicação, perfis dos públicos trabalhados que levaram ao investimento em mídia audiovisual;
- b) Estratégia escolhida – diante do contexto, qual foi a estratégia adotada;
- c) Ações – escolha do tipo de mídia, da linguagem, estrutura do roteiro, especificações técnicas para garantir a qualidade e adequação da mídia aos públicos escolhidos (áudio, roteiro, locução, trilha, imagem, fotografia, edição, ritmo/timing), período de veiculação;
- d) Período do projeto – como as ações se desdobraram no tempo. Para contextualização, podem ser mencionadas ações realizadas antes do período de vigência desta edição do Prêmio, mas os jurados irão concentrar a avaliação nas ações realizadas dentro do período estipulado pelo regulamento;
- e) Investimento no projeto – valores investidos e equipes internas e externas envolvidas. Caso a organização participante não informe este item, acabará penalizada em sua nota pelo corpo de jurados dada a impossibilidade de precisar “Razoabilidade” na ficha de avaliação;
- f) Evidências de resultados – indicadores e análise dos resultados obtidos em relação aos objetivos pretendidos (índices, indicadores, dashboards, metodologia e resultados de pesquisas quantitativas e qualitativas, feedbacks do público-alvo, dados de alcance e engajamento e outros recursos similares). Atenção às comprovações: a dissonância de métricas que não refletem a performance em relação aos objetivos da ação implementada acabará penalizando a nota do projeto. Serão aceitos relatos contendo indicadores de processos, que servem para mensurar se um programa, projeto e/ou ação foi realizado da forma correta, mas a prioridade é detalhar os indicadores de resultados, que avaliam os impactos no decorrer e ao final da implementação. A determinação de excelência buscada pelo Prêmio Aberje precisa estar amparada nos indicadores de resultados.

17.2. Critérios de avaliação

- a) Adequação da estratégia ao contexto;
- b) Conexão entre a estratégia e as ações de comunicação utilizadas – adequação da mídia ao posicionamento da empresa/organização e ao perfil dos públicos envolvidos;
- c) Criatividade e inovação;
- d) Qualidade da mídia – áudio, roteiro, locução, trilha, imagem, fotografia, edição, ritmo/timing;
- e) Razoabilidade – recursos empregados em face dos objetivos e do retorno do investimento;
- f) Resultados obtidos para informação/sensibilização/mobilização dos públicos envolvidos;
- g) Qualidade do projeto – clareza, objetividade, disponibilização das informações e evidências;
- h) Defesa do projeto (critério aplicado exclusivamente à etapa Painel de Cases) – clareza, fluidez e capacidade de síntese, tanto na apresentação oral quanto na apresentação multimídia.

18. MÍDIA DIGITAL

Projetos de comunicação que utilizem plataformas digitais – redes sociais (Youtube, Instagram, Twitter, LinkedIn, Facebook etc) e sites, portais corporativos, hotspots, salas de imprensa virtuais, podcastings, videocastings, newsletters digitais, relatórios interativos, intranets, e-mails marketing, e-cards, games e realidade virtual. Vídeos, programas de rádio e filmes institucionais, conteúdo para TVs corporativas e murais eletrônicos, ainda que sejam veiculados em mídia digital, são considerados Mídia Audiovisual e devem ser inscritos na categoria específica.

18.1. Estrutura do Material Descritivo/Projeto

O projeto deverá ser apresentado em formato de case, acompanhado de evidências (argumentos, materiais e resultados) que demonstrem os seus resultados. Os seguintes itens devem ser contemplados:

- a) Contexto que originou a estratégia – perfil da empresa/organização, desafios e oportunidades do mercado, objetivos de negócio e suas diretrizes de comunicação, perfis dos públicos trabalhados que levaram ao investimento em mídia digital;
- b) Estratégia escolhida – diante do contexto, qual foi a estratégia adotada;
- c) Ações – escolha da(s) plataformas, estratégias, ferramentas de segmentação de públicos e especificações técnicas para garantir interatividade e engajamento digital dos públicos envolvidos (arquitetura, design, funcionalidades, acessibilidade, navegabilidade, conteúdo, interatividade, adequação à marca corporativa);
- d) Período do projeto – como as ações se desdobraram no tempo. Para contextualização, podem ser mencionadas ações realizadas antes do período de vigência desta edição do Prêmio, mas os jurados irão concentrar a avaliação nas ações realizadas dentro do período estipulado pelo regulamento;
- e) Investimento no projeto – valores investidos e equipes internas e externas envolvidas. Caso a organização participante não informe este item, acabará penalizada em sua nota pelo corpo de jurados dada a impossibilidade de precisar “Razoabilidade” na ficha de avaliação;
- f) Evidências de resultados – indicadores e análise dos resultados obtidos em relação aos objetivos pretendidos (índices, indicadores, dashboards, metodologia e resultados de pesquisas quantitativas e qualitativas, feedbacks do público-alvo, dados de alcance e engajamento e outros recursos similares). Atenção às comprovações: a dissonância de métricas que não refletem a performance em relação aos objetivos da ação implementada acabará penalizando a nota do projeto. Serão aceitos relatos contendo indicadores de processos, que servem para mensurar se um programa, projeto e/ou ação foi realizado da forma correta, mas a prioridade é detalhar os indicadores de resultados, que avaliam os impactos no decorrer e ao final da implementação. A determinação de excelência buscada pelo Prêmio Aberje precisa estar amparada nos indicadores de resultados.

18.2. Critérios de avaliação

- a) Adequação da estratégia ao contexto;
- b) Conexão entre a estratégia e as ações de comunicação utilizadas - adequação das peças de comunicação utilizadas ao posicionamento da empresa/organização e ao perfil dos públicos envolvidos;
- c) Criatividade e inovação;
- d) Qualidade da mídia – arquitetura, design, funcionalidades, acessibilidade, navegabilidade, conteúdo, interatividade, adequação à marca corporativa;
- e) Resultados obtidos para informação/sensibilização/mobilização dos públicos envolvidos;
- f) Qualidade do projeto – clareza, objetividade, disponibilização das informações e evidências;
- g) Defesa do projeto (critério aplicado exclusivamente à etapa Painel de Cases) – clareza, fluidez e capacidade de síntese, tanto na apresentação oral quanto na apresentação multimídia.

19. MÍDIA IMPRESSA

Esta categoria contempla mídias impressas, desde que elas sejam periódicas ou seriadas – boletins, jornais e revistas institucionais, jornais murais etc. Peças com edições únicas/especiais devem ser inscritas na categoria Publicação especial.

19.1. Estrutura do Material Descritivo/Projeto

O projeto deverá ser apresentado em formato de case, acompanhado de evidências (argumentos, materiais e resultados) que demonstrem os seus resultados. Os seguintes itens devem ser contemplados:

- a) Contexto que originou a estratégia – perfil da empresa/organização, desafios e oportunidades do mercado, objetivos de negócio e suas diretrizes de comunicação, perfis dos públicos trabalhados que levaram ao investimento nessa mídia impressa;
- b) Estratégia escolhida – diante do contexto, qual foi a estratégia adotada;
- c) Ações – escolha do tipo de mídia, da linguagem, especificações técnicas para garantir a qualidade e adequação do material aos públicos escolhidos (design, linguagem, impressão, tiragem e distribuição);
- d) Período do projeto – como as ações se desdobraram no tempo. Para contextualização, podem ser mencionadas ações realizadas antes do período de vigência desta edição do Prêmio, mas os jurados irão concentrar a avaliação nas ações realizadas dentro do período estipulado pelo regulamento;
- e) Investimento no projeto – valores investidos e equipes internas e externas envolvidas. Caso a organização participante não informe este item, acabará penalizada em sua nota pelo corpo de jurados dada a impossibilidade de precisar “Razoabilidade” na ficha de avaliação;
- f) Evidências de resultados – indicadores e análise dos resultados obtidos em relação aos objetivos pretendidos (índices, indicadores, dashboards, metodologia e resultados de pesquisas quantitativas e qualitativas, feedbacks do público-alvo, dados de alcance e engajamento e outros recursos similares). Atenção às comprovações: a dissonância de métricas que não refletem a performance em relação aos objetivos da ação implementada acabará penalizando a nota do projeto. Serão aceitos relatos contendo indicadores de processos, que servem para mensurar se um programa, projeto e/ou ação foi realizado da forma correta, mas a prioridade é detalhar os indicadores de resultados, que avaliam os impactos no decorrer e ao final da implementação. A determinação de excelência buscada pelo Prêmio Aberje precisa estar amparada nos indicadores de resultados.

19.2. Critérios de avaliação

- a) Adequação da estratégia ao contexto;
- b) Conexão entre a estratégia e as ações de comunicação utilizadas – adequação da mídia ao posicionamento da empresa/organização e ao perfil dos públicos envolvidos;
- c) Criatividade e inovação;
- d) Qualidade da mídia – projeto gráfico, projeto editorial, linguagem, qualidade de impressão, tiragem e distribuição;
- e) Razoabilidade – recursos empregados em face dos objetivos e do retorno do investimento;
- f) Resultados obtidos para informação/sensibilização/mobilização dos públicos envolvidos;
- g) Qualidade do projeto – clareza, objetividade, disponibilização das informações e evidências;
- h) Defesa do projeto (critério aplicado exclusivamente à etapa Painel de Cases) – clareza, fluidez e capacidade de síntese, tanto na apresentação oral quanto na apresentação multimídia.

20. PUBLICAÇÃO ESPECIAL

Devem ser inscritas nesta categoria publicações únicas/especiais/extraordinárias como livros e relatórios não interativos, catálogos, sejam eles impressos ou em versão digital. Publicações interativas devem ser inscritas na categoria de Mídia Digital. Mídias impressas periódicas ou seriadas como boletins, jornais murais, jornais e revistas institucionais, devem ser inscritas na categoria Mídia Impressa.

20.1. Estrutura do Material Descritivo/Projeto

O projeto deverá ser apresentado em formato de case, acompanhado de evidências (argumentos, materiais e resultados) que demonstrem os seus resultados. Os seguintes itens devem ser contemplados:

- a) Contexto que originou a estratégia – perfil da empresa/organização, desafios e oportunidades do mercado, objetivos de negócio e suas diretrizes de comunicação, perfis dos públicos trabalhados que levaram ao investimento nessa publicação;
- b) Estratégia escolhida – diante do contexto, como foi a escolha da publicação especial como estratégia. Por que ela é definida como especial/extraordinária;
- c) Ações – escolha do tipo de publicação, especificações técnicas para garantir a qualidade e adequação do material aos públicos escolhidos (design, linguagem, impressão, tiragem e distribuição);
- d) Período do projeto – como as ações se desdobraram no tempo. Para contextualização, podem ser mencionadas ações realizadas antes do período de vigência desta edição do Prêmio, mas os jurados irão concentrar a avaliação nas ações realizadas dentro do período estipulado pelo regulamento;
- e) Investimento no projeto – valores investidos e equipes internas e externas envolvidas. Caso a organização participante não informe este item, acabará penalizada em sua nota pelo corpo de jurados dada a impossibilidade de precisar “Razoabilidade” na ficha de avaliação;
- f) Evidências de resultados – indicadores e análise dos resultados obtidos em relação aos objetivos pretendidos (índices, indicadores, dashboards, metodologia e resultados de pesquisas quantitativas e qualitativas, feedbacks do público-alvo, dados de alcance e engajamento e outros recursos similares). Atenção às comprovações: a dissonância de métricas que não refletem a performance em relação aos objetivos da ação implementada acabará penalizando a nota do projeto. Serão aceitos relatos contendo indicadores de processos, que servem para mensurar se um programa, projeto e/ou ação foi realizado da forma correta, mas a prioridade é detalhar os indicadores de resultados, que avaliam os impactos no decorrer e ao final da implementação. A determinação de excelência buscada pelo Prêmio Aberje precisa estar amparada nos indicadores de resultados.

20.2. Critérios de avaliação

- a) Adequação da estratégia ao contexto;
- b) Conexão entre a estratégia e as ações de comunicação utilizadas – adequação da mídia ao posicionamento da empresa/organização e ao perfil dos públicos envolvidos.
- c) Criatividade e inovação;
- d) Qualidade da mídia – projeto gráfico, projeto editorial, linguagem, qualidade de impressão, tiragem e distribuição;
- e) Razoabilidade – recursos empregados em face dos objetivos e do retorno do investimento;
- f) Resultados obtidos para informação/sensibilização/mobilização dos públicos envolvidos;
- g) Qualidade do projeto – clareza, objetividade, disponibilização das informações e evidências;
- h) Defesa do projeto (critério aplicado exclusivamente à etapa Painel de Cases) – clareza, fluidez e capacidade de síntese, tanto na apresentação oral quanto na apresentação multimídia.

XVII. ANEXOS

ANEXO I

CARTA-MODELO DE ATESTADO DE VERACIDADE

(Papel timbrado)

DECLARAÇÃO DE VERACIDADE E RESPONSABILIDADE DAS INFORMAÇÕES

Data

Prezados,

A [NOME DA ORGANIZAÇÃO], inscrita no CNPJ ativo sob nº [●], neste ato representada por seu(s) responsável(is) legal(is) abaixo assinado(s), declara, para todos os fins de direito, que as informações prestadas no âmbito da candidatura ao Prêmio Aberje — incluindo ficha de inscrição, ficha de identificação, conteúdo integral do projeto, vídeo-case e quaisquer materiais anexos — são verdadeiras, completas e fidedignas, refletindo com exatidão os fatos ocorridos.

Igualmente atesta que o(s) profissional(is) citado(s) como responsável(is) pelo projeto, tanto na esfera interna da organização onde a ação foi planejada e implementada quanto na esfera externa em relação à nominada de eventual(is) fornecedor(es) de comunicação ou serviços necessários à execução do trabalho, estiveram presentes e atuantes no tempo e nas etapas descritas do planejamento e/ou operacionalização, eximindo os organizadores do Prêmio de quaisquer exigências de comprovação de pertencimento e ciente de que não é possível fazer nenhum tipo de alteração na documentação enviada durante todo o período de julgamento e de premiação.

Declara, ainda, ter ciência de que a comprovação, pelos próprios organizadores ou por terceiros interessados, de omissão, inexatidão ou falsidade de informações poderá implicar desclassificação a qualquer tempo, anulação de eventual premiação e responsabilização nas esferas civil e penal, nos termos da legislação aplicável, notadamente os artigos 186 e 927 do Código Civil (Lei nº 10.406/2002) e o artigo 299 do Código Penal (falsidade ideológica).

Compromete-se a manter registros comprobatórios e a apresentá-los, se solicitados, para fins de auditoria ou verificação, para além dos relatos e materiais de anexo já apresentados na candidatura a este certame.

Por ser expressão da verdade, firma a presente.

[Local], [Data]

[Nome do responsável legal]

[Cargo]

[NOME DA ORGANIZAÇÃO]

ANEXO II

CARTA-MODELO DE AUTORIZAÇÃO PARA AGÊNCIA, ASSESSORIA, CONSULTORIA OU EMPRESA INTERMEDIÁRIA.

(Papel timbrado)

Data

Prezados,

Por meio deste documento, cuja veracidade fica devida e inteiramente atestada com sua expedição e a assinatura correspondente abaixo, autorizo a agência [Nome da Agência] a inscrever o projeto "[Título do Trabalho]" da [Nome da Empresa/Organização] na categoria "[Nome da Categoria]" e região escolhida do Prêmio Aberje 2026.

Declaro que a [Nome da Agência] tem plenos poderes para representar a [Nome da Empresa/Organização] no processo de avaliação do Prêmio Aberje 2026, inclusive para assinar quaisquer documentos relacionados à inscrição do projeto, sendo portanto co-responsável pela integridade dos dados formalmente repassados em quaisquer instâncias de fiscalização posteriores porventura necessárias, cientes de não haver nenhum recurso cabível para pedidos de revisão ou qualquer troca de informação após seu envio oficial.

Atenciosamente,

- A assinatura deverá ser obrigatoriamente de uma pessoa responsável da empresa/organização.
- O documento deverá ser inserido em PDF na plataforma digital do Prêmio Aberje, no campo indicado Carta de Autorização, em papel timbrado oficial do cliente.

ANEXO III

MODELO DE FICHA DE IDENTIFICAÇÃO

A ficha de identificação, deve ser preenchida na própria plataforma, com as devidas informações de cada projeto inscrito, conforme indicações abaixo. *

1. Dados do projeto

Empresa (nome da empresa da forma que irá aparecer até o final da premiação – site e publicações)

Título do projeto

Período do projeto (Período conforme regulamento das ações deve ser janeiro de 2025 até final das inscrições)

Categoria

Explicação da escolha da categoria

Região

Justificativa da região

Observações adicionais

2. Resumo do projeto

Resumo (até 1000 caracteres)

Material descritivo (pdf – tamanho de upload máximo de 50 mb)

Vídeo case (.mp4 no máximo de 70 mb)

Materiais adicionais (máximo de 70 mb)

3. Confirmação de endereço

Nome completo do profissional responsável pelo projeto

Endereço completo (CEP, RUA/Avenida, Número, Complemento, Bairro, Cidade, Estado e CEP)

4. Fornecedores

Registro das agências, assessorias, consultoria ou similares

Nome

Nome do profissional da agência

E-mail

Cadastro realizado com sucesso!