

REGULAMENTO OFICIAL

1. REGULAMENTO DA MOSTRA DE COMUNICAÇÃO DO AGRO ABMRA – 24ª EDIÇÃO

1.1. Este Regulamento ("**Regulamento**") é a única fonte oficial de regras, critérios e procedimentos aplicáveis à **24ª. Edição da Mostra de Comunicação do Agro ABMRA**, sendo de observância obrigatória por todos os participantes. O desconhecimento de suas disposições não exime o inscrito de qualquer responsabilidade decorrente de seu descumprimento.

1.2. A **ABMRA - Associação Brasileira de Marketing Rural e Agro** atua há quase 50 anos com foco exclusivo no marketing e na comunicação do Agro, sendo a criadora e detentora exclusiva de todos os direitos relacionados à **Mostra de Comunicação do Agro ABMRA**.

1.3. A premiação ocorre anualmente desde 1985 e celebra a criatividade que gera impacto real no mercado do Agro, tendo por objetivo contribuir para o constante aprimoramento das técnicas e da gestão de comunicação, a partir do reconhecimento de criações e iniciativas das entidades integrantes do setor de comunicação e marketing voltado ao Agro.

1.4 A **ABMRA** é a única e exclusiva responsável, por meio de sua comissão organizadora ("Comissão Organizadora"), por promover, divulgar, realizar e administrar a **24ª Mostra ABMRA**, garantindo a isenção e a credibilidade do processo em todas as suas etapas, podendo contar com o patrocínio ou apoio de outras entidades, sem que isso implique qualquer transferência de responsabilidades pela premiação.

1.5. Para fins de esclarecimento, os termos "criações" e "iniciativas" terão as seguintes definições neste Regulamento:

Criação: produto de comunicação mercadológica ou institucional com materialidade criativa autônoma e exibível, desenvolvido a serviço dos objetivos de marketing ou comunicação de um anunciante, para veiculação ou publicação em meio de comunicação, abrangendo o que comumente se designa como peças e campanhas publicitárias, tendo como exemplos anúncios divulgados através de peças audiovisuais, peças gráficas, peças digitais e campanhas compostas por esses elementos.

Iniciativa: conjunto estruturado de ações de comunicação mercadológica ou institucional cujo objeto de avaliação não é um produto criativo autônomo, mas o planejamento, a execução e os resultados documentados da ação, apresentados ao júri na forma de um *case*, desenvolvido a serviço dos objetivos de marketing ou comunicação de um anunciante, tendo como exemplos iniciativas implementadas por meio de estratégias de assessoria de imprensa, programas de incentivo, ativações em eventos e ações de dia de campo.

2. DA COMISSÃO ORGANIZADORA E SUAS COMPETÊNCIAS

2.1. A Comissão Organizadora é o órgão responsável pela condução de todas as etapas da **24ª Mostra ABMRA**, competindo-lhe, dentre outras atribuições previstas neste Regulamento:

- a) estabelecer, divulgar e alterar, quando necessário, os prazos, os valores e os procedimentos de inscrição;

- b) interpretar e aplicar as disposições deste Regulamento, decidindo sobre os casos omissos com base nos Princípios Orientadores estabelecidos na **Seção 3**;
- c) verificar o cumprimento dos requisitos de elegibilidade e conformidade dos materiais inscritos, podendo solicitar esclarecimentos, documentos e comprovações adicionais aos participantes;
- d) selecionar, convidar e divulgar a composição do júri, observados os critérios de notoriedade, experiência e ausência de conflito de interesses com os participantes que concorrem aos prêmios.
- e) conduzir, instaurar e decidir os processos de investigação e os procedimentos do Comitê de Ética previstos na **Seção 11**, bem como aplicar as sanções cabíveis nos termos da **Seção 12**;
- f) organizar e realizar a Cerimônia de Entrega dos Prêmios, definindo data, formato e demais condições do evento;
- g) divulgar os resultados da premiação, incluindo a *shortlist*, os vencedores por categoria e os Prêmios Especiais de Anunciante e Agência do Ano;
- h) representar institucionalmente a **24^a Mostra ABMRA** perante participantes, anunciantes, jurados, patrocinadores e demais terceiros.

2.2. As decisões da Comissão Organizadora serão tomadas de forma colegiada, por maioria de seus membros, e serão soberanas, não cabendo recurso quanto ao mérito, ressalvada a possibilidade de pedido de reconsideração fundamentado em erro material ou em fato novo, a ser apresentado no prazo de 5 (cinco) dias úteis contados da ciência da decisão.

2.3. A Comissão Organizadora poderá, a seu critério, contar com o apoio de consultores externos, auditores ou comissões temáticas para subsidiar suas decisões, sem que isso implique delegação de sua competência decisória final.

2.4. Os membros da Comissão Organizadora deverão observar os mesmos deveres de ética, integridade e confidencialidade exigidos dos jurados, abstendo-se de participar de deliberações em que tenham qualquer tipo de participação, controle, coligação ou associação societária com os participantes envolvidos, nos termos do **item 8.2**.

3. PRINCÍPIOS ORIENTADORES

Este Regulamento será interpretado e aplicado de acordo com os seguintes princípios orientadores cujo cumprimento é obrigatório a todos os participantes inscritos, jurados e membros da Comissão Organizadora envolvidos na **24^a Mostra ABMRA**.

Legitimidade. Toda inscrição deve apresentar criações ou iniciativas originais e reais, implementadas ou veiculadas no período de referência previsto, em favor de um anunciante verdadeiro (cliente detentor da marca que identifica o produto ou serviço anunciado). Não se admite fabricação, exagero ou representação enganosa de qualquer natureza.

Credibilidade. O trabalho inscrito deve demonstrar os mais altos níveis de profissionalismo e conexão autêntica com os objetivos do anunciante e com o mercado do Agro.

Ética e Integridade. Todos os participantes, jurados e membros da Comissão Organizadora devem agir de boa-fé e com máxima ética e integridade, comportando-se de forma a não causar dano ou descrédito à **24^a. Mostra ABMRA**.

Cooperação. Os participantes devem cooperar prontamente com quaisquer solicitações de informação ou documentação formuladas pela Comissão Organizadora, facilitando sua atuação em todas as etapas do processo.

Transparência e Exatidão. Todas as informações prestadas, especialmente no momento da inscrição, devem ser verdadeiras, completas e comprováveis. A omissão de informações relevantes ou a prestação de declarações inexatas constituem violação automática deste Regulamento.

4. CATEGORIAS DA PREMIAÇÃO

A **24^a. Mostra ABMRA** premiará as criações e iniciativas voltadas ao Agro desenvolvidas para anunciantes, nas seguintes categorias:

- 4.1. Campanha Integrada:** campanha com até 5 criações veiculadas em pelo menos 3 (três) meios distintos, avaliadas pela consistência de conceito e execução em multiplataformas.
- 4.2. Campanhas para TV, Cinema e Plataformas de Streaming:** Criações audiovisuais desenvolvidas para veiculação em televisão aberta, TV por assinatura, cinema ou plataformas de streaming, avaliadas pela excelência do roteiro, direção, produção, linguagem audiovisual e execução técnica.
- 4.3. Vídeos Digitais para Redes Sociais e Plataformas de Conteúdo:** Criações audiovisuais desenvolvidas especificamente para ambientes digitais, como Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn, YouTube, Kwai e outras plataformas sociais ou de conteúdo, incluindo vídeos verticais, Reels, Shorts, Stories e conteúdos nativos para redes sociais, avaliadas pela criatividade, adequação à plataforma, capacidade de engajamento, qualidade da narrativa e efetividade da comunicação.
- 4.4. Campanhas para Rádio:** criações de *spots*, *jingles* ou similares desenvolvidas para veiculação no rádio ou outros meios públicos de mídia de áudio similares, avaliadas pela qualidade criativa, clareza de mensagem e uso do formato sonoro.
- 4.5. Campanhas para Mídia Impressa:** criações desenvolvidas para veiculação em jornais, revistas ou outros meios impressos similares, avaliadas pela qualidade criativa e adequação ao meio.
- 4.6. Campanhas OOH (*Out of Home*) e DOOH (*Digital Out of Home*):** criações desenvolvidas para veiculação em mídias exteriores estáticas ou digitais, avaliadas pelo impacto visual, criatividade e/ou uso diferenciado do espaço.
- 4.7. Campanhas e Peças Digitais:** criações desenvolvidas para veiculação em ambientes digitais, tais como, redes sociais, anúncios gráficos (*displays*), ferramentas de busca (*search*) ou outros canais *online*, avaliadas pela estratégia, criatividade e engajamento.
- 4.8. Campanhas para Plataformas e Ferramentas Digitais:** desenvolvimento de soluções digitais sob a forma de apps (aplicativos), *websites*, portais e ferramentas tecnológicas similares, avaliadas pela funcionalidade, experiência do usuário e inovação.

- 4.9. Campanhas de Varejo e Materiais de PDV:** criações desenvolvidas para estimular as decisões de compra diretamente em pontos de venda, avaliadas pela criatividade e efetividade.
- 4.10. Campanhas de Conteúdo:** criações em formato editorial produzidas para informar, educar ou engajar destinadas à veiculação em quaisquer meios, avaliadas pela relevância, qualidade e adequação ao público do Agro.
- 4.11. Campanhas de Valorização do Agro:** criações de comunicação institucional voltadas à construção de imagem positiva do Agro perante a sociedade, avaliadas pelo alcance, criatividade e consistência de mensagem.
- 4.12. Campanhas e Iniciativas com Agroinfluencer:** criações e iniciativas desenvolvidas com a participação de influenciadores do Agro, avaliadas pela autenticidade, estratégia e conexão com o público-alvo.
- 4.13. Campanhas de Endomarketing:** criações e iniciativas de comunicação dirigida ao público interno do anunciante, avaliadas pela criatividade, engajamento e alinhamento aos objetivos organizacionais.
- 4.14. Criações de Design e Branding:** criações de identidade visual ou sistemas de marca, incluindo *naming*, logotipo, embalagem e sinalização, avaliadas pelo conceito, coerência e execução.
- 4.15. Campanhas de Incentivo:** iniciativas desenvolvidas para motivar profissionais das equipes internas, profissionais que trabalham nos PDVs ou profissionais que trabalham nos parceiros comerciais, avaliadas pela mecânica, engajamento e resultados mensuráveis.
- 4.16. Ações de Dia de Campo:** iniciativas de demonstração presencial em ambiente rural voltadas aos produtores, avaliadas pela relevância técnica, execução e impacto.
- 4.17. Ações em Feiras, Eventos e Congressos:** iniciativas consubstanciadas na presença em eventos presenciais ou virtuais, na presença de estandes, experiências de marca ou ativações, avaliadas pela criatividade, engajamento e alinhamento estratégico.
- 4.18. Ativações de Imprensa e Comunicações Corporativas:** iniciativas de assessoria de imprensa, relações públicas ou comunicação institucional, avaliadas pelo planejamento, estratégia, cobertura e resultados comprovadamente obtidos e contribuição à reputação do anunciante.

5. INSCRIÇÃO E VALORES

- 5.1.** As inscrições poderão ser efetuadas no período entre **20 de agosto a 30 de outubro de 2026** exclusivamente por meio da plataforma *online* de inscrição disponibilizada pela **24^a Mostra ABMRA**.
- 5.2.** As inscrições serão realizadas por prepostos legítimos dos participantes que se responsabilizarão individual e solidariamente pela veracidade, integridade e exatidão de todas as informações prestadas.

5.3. As inscrições ocorrerão, mediante o preenchimento da Ficha Técnica e de uma breve descrição da ação de comunicação, a serem preenchidas no próprio formulário de inscrição *online*, acrescidas da submissão das criações ou iniciativas (“materiais”) de natureza publicitária ou mercadológica obrigatoriamente criadas em favor de um anunciante, indicando as categorias da premiação que desejam concorrer, nos formatos indicados no Anexo II, além do cumprimento de outras exigências formais.

5.4. As submissões dos materiais na plataforma *online* de inscrição deverão seguir as especificações e orientações indicadas ao final deste Regulamento

5.5. Os participantes declaram que detêm a titularidade ou obtiveram todas as permissões necessárias para submissão dos materiais no momento da inscrição pelos respectivos anunciantes, conforme o caso, permitindo de forma expressa, definitiva e irrevogável a divulgação dos materiais nos canais de comunicação, incluindo, *websites*, redes sociais e quaisquer meios de divulgação da **24^a Mostra ABMRA** e da **ABMRA**, independentemente do resultado da premiação.

5.6. Os participantes deverão assinar digitalmente o Termo de Compromisso de Conduta Ética (“TCCE”), declarando conhecer e respeitar integralmente este Regulamento como condição de conclusão da inscrição que ficará vinculado ao número único da inscrição e identificará o preposto responsável pela inscrição pelo nome completo, cargo e e-mail.

5.7. Se após a inscrição, caso o participante venha a tomar ciência de que sua inscrição não cumpre os requisitos regulamentares, deverá comunicar imediatamente a Comissão Organizadora sobre tal situação. A omissão constitui violação autônoma deste Regulamento.

5.8. Não haverá inscrições para os Prêmios Especiais Anunciante e Agência do Ano.

5.9. As taxas de inscrição terão os seguintes valores:

LOTE	PRAZO	ASSOCIADOS À ABMRA	NÃO ASSOCIADOS
Lote 1	Até 20.09.26	R\$ 900,00	R\$ 1.100,00
Lote 2	Até 04.10.26	R\$ 1.100,00	R\$ 1.300,00
Lote 3	Até 30.10.26	R\$ 1.400,00	R\$ 1.600,00

5.10. A inscrição ficará condicionada à validação dos pagamentos que deverão ser realizados unicamente através dos meios disponibilizados pela plataforma. A recusa no pagamento por qualquer motivo impedirá a conclusão da inscrição.

5.11. Os participantes poderão solicitar o cancelamento e reembolso de inscrições realizadas impreterivelmente até o dia 15 de outubro de 2026.

5.11. Quaisquer dúvidas sobre o processo de inscrição ou sobre qualquer outro assunto relacionado a este Regulamento poderão ser esclarecidas através do e-mail mostra@abmra.org.br ou Whatsapp através do número (11) 97611-0330.

6. FICHA TÉCNICA

6.1. A Ficha Técnica deverá ser preenchida incluindo todos os profissionais, empresas, parceiros etc., que participaram efetivamente da criação e produção dos materiais, além do anunciante e outras informações requeridas, conforme indicado no Anexo I deste Regulamento, sendo vedada a omissão de quaisquer pessoas ou entidades que tenham contribuído de forma relevante para o resultado.

6.2. A Ficha Técnica poderá sofrer retificação e/ou complementação até o último dia da inscrição.

7. AUTORIZAÇÃO DO ANUNCIANTE

7.1. Os participantes deverão informar prévia e integralmente sobre os termos deste Regulamento, bem como obter consentimento formal do anunciante para realização da inscrição e submissão e divulgação das criações e iniciativas em qualquer das categorias.

7.2. A plataforma digital de inscrição da **24^a Mostra ABMRA** enviará automaticamente uma mensagem eletrônica para o anunciante, conforme nome do responsável e e-mail fornecidos pelo participante no momento da inscrição, comunicando a inscrição e as criações ou iniciativas desenvolvidas para o anunciante apresentadas para concorrer à premiação, incluindo todas as informações constantes da ficha técnica.

7.3. O participante autoriza expressamente a Comissão Organizadora a confirmar a qualquer tempo a veracidade da autorização concedida pelo anunciante ou quaisquer outras informações relacionadas por meio de contato direto com o representante indicado ou qualquer outro integrante do anunciante, inclusive após a entrega do prêmio.

8. CRITÉRIOS DE ELEGIBILIDADE

Critérios Gerais

8.1. São elegíveis as inscrições de anunciantes, agências de publicidade e comunicação, agências digitais, assessorias de imprensa, veículos, associações e demais empresas responsáveis pela produção dos materiais indicados no **item 5.1**.

8.2. Os participantes não poderão ter qualquer tipo de participação, controle, coligação ou associação societária direta ou indireta com o respectivo anunciante, membros do júri ou quaisquer prestadores de serviço envolvidos na produção e divulgação da **24^a Mostra ABMRA**, ainda que tacitamente.

Critérios relacionados aos Materiais

8.3. Os materiais deverão ter sido desenvolvidos no contexto de um contrato de prestação de serviços com o anunciante, mediante a existência de um *briefing* genuíno do qual conste expressamente a aprovação para implementação ou veiculação, ou qualquer evidência documental idônea que demonstre a relação profissional e a aprovação do anunciante.

8.4. Os materiais deverão ter sido comprovadamente veiculados ou implementados no período de **01 de agosto de 2025 a 31 de julho de 2026**.

8.5. Serão aceitas inscrições com a submissão de materiais inscritos e não premiados em edições anteriores, desde que tenham sido comprovadamente implementadas ou veiculadas no período indicado no **item 8.4**.

8.6. Para fins de comprovação, as veiculações deverão ocorrer em pelo menos um meio independente sem qualquer tipo de participação, controle, coligação ou associação societária, direta ou indiretamente, ainda que de forma tácita com os participantes, incluindo todos os que participaram da obra, e os respectivos anunciantes, ainda que tacitamente.

8.7. Os materiais deverão ser idênticos àqueles veiculados ou implementados no período indicado no **item 8.4**, não sendo admitida quaisquer versões modificadas, aprimoradas artificialmente ou reconstituídas para fins de inscrição.

8.8. Os materiais publicitários não poderão conter quaisquer elementos de identificação da agência criadora ou de nenhuma outra empresa parceira, incluindo, créditos de profissionais, marcas ou sinais identificadores.

Materiais criados exclusivamente para premiação (Scam Work) e Autopromoção

8.9. Não são elegíveis quaisquer materiais desenvolvidos com a finalidade primária de concorrer aos prêmios oferecidos na **24^a Mostra ABMRA** ou autopromoção do participante, sem que o anunciante tenha efetivamente encomendado o trabalho mediante briefing genuíno e contrato de prestação de serviços. A presença de um ou mais dos indícios abaixo não gera desclassificação automática, mas sujeita a inscrição a escrutínio e investigação pela Comissão Organizadora

Uso de Inteligência Artificial

8.10. Os participantes devem declarar obrigatoriamente se utilizaram tecnologias baseadas em Inteligência Artificial em qualquer etapa da criação, concepção, produção ou execução dos materiais inscritos e, em caso positivo, especificarem quais as ferramentas utilizadas e quais as etapas impactadas.

8.11. Criações e iniciativas com uso de Inteligência Artificial são elegíveis desde que um criador humano seja demonstravelmente responsável pela direção geral, autoria, tomada de decisão e resultado final. Não se considera autoria humana substancial quando a contribuição do criador se limitou a inserir prompts ou selecionar resultados gerados sem transformação criativa substancial.

8.12. Não é admitido o uso de Inteligência Artificial para:

- a) fabricar resultados ou métricas de campanha;
- b) criar provas artificiais de implementação;
- c) simular cobertura midiática não ocorrida; ou
- d) atribuir falsamente a um humano obra integralmente gerada por Inteligência Artificial.

8.13. A ausência de transparência, omissão de informações ou o uso indevido de tecnologias que comprometam a autoria ou a integridade do trabalho inscrito poderão acarretar a desclassificação da inscrição.

8.14. O participante deverá ler integralmente e aceitar o Termo de Compromisso com o Uso Ético da Inteligência Artificial no momento da inscrição, atestando que todas as ferramentas utilizadas respeitaram os princípios de veracidade, autoria, direitos legais e propriedade intelectual.

Fontes e Comprovação de Resultados

8.15. Toda afirmação de resultado, métrica ou impacto declarada na inscrição deve ser verificável e estar documentada. Os participantes devem estar preparados para apresentar à Comissão Organizadora, sempre que solicitado: links para matérias publicadas, relatórios de análise de terceiros, dados confirmados pelo anunciante ou outra qualquer outra evidência documental, que servirão exclusivamente para fins de verificação de elegibilidade, seja durante o período de avaliação e julgamento das peças ou após a divulgação dos premiados.

9. JÚRI E JULGAMENTO

9.1. O júri será constituído por representantes de diversas entidades ligadas à área criativa de agências de publicidade, marketing, comunicação, academia e outros profissionais atuantes no Agro e em outros setores relacionados.

9.2. Os participantes ficam expressamente proibidos de contatar os membros do júri para compartilhar seu trabalho ou realizar qualquer tipo de pressão, direta ou indireta, sobre jurados que possam influenciar o resultado da premiação.

9.3. As sessões de avaliação pelo júri sobre os materiais inscritos serão realizadas em caráter confidencial no mês de **novembro de 2026**, por meio de votação on-line direta, sendo vedada a participação por meio de procuração.

9.4. O júri elegerá, por meio de votação, os 5 (cinco) finalistas por categoria e a **ABMRA** divulgará a lista de classificados ("*shortlist*") com 1 (uma) semana de antecedência à cerimônia.

9.5. Os 3 (três) cases mais pontuados da shortlist, de cada categoria, receberão os prêmios Bronze, Prata e Ouro pela ordem crescente de importância, sendo Ouro a premiação máxima da categoria.

9.6. A divulgação dos 3 (três) vencedores ocorrerá exclusivamente na Cerimônia de Entrega dos Prêmios que será realizada no dia **10 de dezembro de 2026**, às **19h**, em formato virtual, com transmissão ao vivo pelo canal oficial da **ABMRA** no YouTube.

9.7. As decisões dos membros do júri serão soberanas, não cabendo nenhum tipo de recurso.

10. PRÊMIOS ESPECIAIS

10.1. Haverá ainda a seleção dos vencedores dos Prêmios Especiais para Anunciante e Agência do Ano.

10.2. Os prêmios de Anunciante e Agência do Ano serão concedidos às agências e aos anunciantes que alcançarem a maior somatória de pontos conforme a Tabela de Pontuação indicada a seguir.

(i) No caso do prêmio especial de Agência do Ano, a pontuação preliminar será publicada uma semana antes da cerimônia de premiação. As agências terão 48 (quarenta e oito) horas para verificar seus créditos e comunicar possíveis inconsistências à Comissão Organizadora.

(ii) A premiação será revista em caso de alteração no somatório da pontuação de prêmios concedidos à agência decorrentes de cassação dos prêmios nas situações previstas neste Regulamento.

Tabela de Pontuação

CATEGORIA	OURO	PRATA	BRONZE
Campanha Integrada	10	5	2
Demais Categorias*	6	3	1

**A pontuação é apurada separadamente por categoria.*

10.3. Em caso de empate na pontuação de qualquer um dos prêmios especiais, os seguintes critérios serão utilizados para desempate, em ordem sucessiva, sempre que necessário:

- a) número de prêmios **OURO** na categoria Campanha Integrada;
- b) número de prêmios **OURO** nas demais categorias;
- c) número de prêmios **PRATA** na categoria Campanha Integrada;
- d) número de prêmios **PRATA** nas demais categorias;
- e) número de prêmios **BRONZE** na categoria Campanha Integrada;
- f) número de prêmios **BRONZE** nas demais categorias.

10.4. A escolha dos vencedores dos prêmios especiais poderá ser influenciada pela análise de outros critérios, podendo haver a declaração de empate técnico ou premiação mais de um vencedor em cada categoria, independentemente do critério de pontuação, conforme decisão soberana do júri.

10.5. Os vencedores dos prêmios especiais e os vencedores do prêmio Ouro por categoria receberão o “Troféu ABMRA - Espantalho de Ouro”, enquanto os vencedores dos prêmios Prata e Bronze, por categoria, receberão placas de reconhecimento.

11. DO PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO E DO COMITÊ DE ÉTICA

11.1. A Comissão Organizadora da **24^a Mostra ABMRA** terá competência exclusiva para decidir quaisquer questões relacionadas à elegibilidade e conformidade dos participantes e respectivos materiais submetidos conforme os termos deste Regulamento, estando apta a fazer as devidas apurações e conduzir os procedimentos investigatórios adequados, a seu exclusivo critério.

11.2. Qualquer pessoa, seja ou não um participante, poderá reportar indícios de irregularidade em inscrições pelos canais de contato fornecidos, sendo assegurada a confidencialidade do teor da denúncia durante todo o procedimento de investigação, assim como a identidade do denunciante, que somente será revelada mediante seu consentimento expresso ou por determinação judicial.

11.3. A Comissão Organizadora poderá instaurar investigação por iniciativa própria ou em

ABMRA - Associação Brasileira de Marketing Rural e Agro

Av. Brigadeiro Faria Lima, 1811 - 11º andar - conj. 1128 - CEP: 01452-913 - São Paulo - SP Fone: (11) 3812-7814 e (11) 97751-8297

resposta à denúncia recebida, caso identifique indícios de irregularidade na inscrição ou premiação.

Rito do Procedimento Investigativo

11.4. A Comissão Organizadora enviará notificação escrita ao participante solicitando esclarecimentos sobre os indícios de irregularidades investigadas e o fornecimento de comprovação documental com prazo de 72 (setenta e duas) horas para apresentação da defesa e documentos, garantindo a sua ampla defesa e exercício do direito de contraditório.

11.5. A Comissão Organizadora poderá solicitar novos esclarecimentos e documentos adicionais caso o conteúdo da resposta não seja elucidativo o suficiente para dirimir os indícios de irregularidade investigados.

11.6. A Comissão Organizadora irá conduzir o processo investigatório e realizar a análise da defesa e documentos apresentados de forma imparcial e pautada pela máxima lisura.

11.7. Em casos complexos ou de alta relevância, a Comissão Organizadora poderá submeter o caso a uma auditoria externa formada por membros do setor que não tenham qualquer envolvimento ou interesse na premiação ou com os participantes, solicitando um parecer antes da decisão final.

11.8. A Comissão Organizadora emitirá uma decisão fundamentada por escrito acerca da investigação das irregularidades apontadas.

12. SANÇÕES

Conforme a gravidade da violação, a Comissão Organizadora poderá aplicar, isolada ou cumulativamente, as seguintes sanções:

12.1. Advertência formal em caso de irregularidades sanáveis de menor gravidade, como dados cadastrais incompletos ou falhas formais não intencionais.

12.2. Desclassificação da inscrição em caso de violações dos requisitos de elegibilidade.

12.3. Cassação do prêmio em caso de violações graves descobertas após a cerimônia, com exigência de devolução do troféu ou placa e retirada de toda menção ao prêmio.

12.4. Desclassificação total de todas as inscrições do participante nesta edição e/ou **Impedimento de Participação em Edições Futuras** em caso de violações dolosas, conforme a gravidade do caso.

13. EFEITOS DAS SANÇÕES

13.1. A penalidade de cassação de um prêmio implicará automaticamente:

- (a)** exclusão do nome da agência e do anunciante do rol de premiados em todos os canais e materiais oficiais da **24^a Mostra ABMRA**;
- (b)** recálculo da pontuação para a premiação especial de Agência do Ano, com possível redistribuição do título, conforme o caso;
- (c)** vacância do prêmio na categoria, em respeito à isonomia com os demais participantes.

13.2. A Comissão Organizadora dará ampla publicidade sobre a cassação por meio de seus canais institucionais.

14. OUTRAS DISPOSIÇÕES

14.1 Este Regulamento terá ampla divulgação pública e estará disponível para leitura e *download* no site da **24^a Mostra ABMRA**.

14.2. Os casos omissos serão resolvidos pela Comissão Organizadora da Mostra, com base nos Princípios Orientadores estabelecidos na Seção 3 deste Regulamento.

São Paulo, 1 de agosto de 2026.

Comissão Organizadora

24^a Mostra de Comunicação do Agro ABMRA

ANEXO I - FICHA DE INSCRIÇÃO

Os participantes deverão preencher no momento da inscrição uma breve descrição da ação ou iniciativa, contemplando obrigatoriamente os seguintes campos:

DADOS DA CAMPANHA

(informações gerais e identificação do projeto)

1. DESAFIO *(campo obrigatório)*

Descrição da situação e problema enfrentado: contexto, status, dificuldades ou oportunidades a serem superadas.

2. ESTRATÉGIA *(campo obrigatório)*

Caminho criativo, estratégico ou conceitual adotado pela agência ou anunciante para responder ao desafio apresentado.

3. RESULTADO *(campo opcional)*

Principais efeitos, impactos ou aprendizados observados após a implementação da campanha ou iniciativa.

FICHA TÉCNICA

Os participantes deverão preencher a Ficha Técnica com as devidas credenciais de todos os profissionais, equipes e empresas envolvidas na concepção, criação, produção e entrega dos materiais inscritos, conforme campos indicados a seguir. O objetivo é reconhecer e valorizar de forma transparente os responsáveis pela ideia e sua execução.

Campos obrigatórios:

- **Cliente / Anunciante:**
- **Agência ou Empresa Responsável pela Criação:**
- **Título do Trabalho:**

Campos complementares (opcionais, mas recomendados):

ABMRA - Associação Brasileira de Marketing Rural e Agro

Av. Brigadeiro Faria Lima, 1811 - 11º andar - conj. 1128 - CEP: 01452-913 - São Paulo - SP Fone: (11) 3812-7814 e (11) 97751-8297

Criação e Estratégia

- Direção de Criação:
- Redator(a):
- Diretor(a) de Arte:
- *Designer / Web Designer:*
- Planejamento / Estratégia:
- *UX / UI Designer:*

Atendimento e Gestão

- Atendimento:
- Gerente de Projetos:
- Diretor(a) de Contas:

Mídia e Dados

- Planejamento de Mídia:
- Execução de Mídia:
- Performance / Dados / BI:

Produção

- Produtora de Vídeo:
- Diretor(a) de Cena:
- Diretor(a) de Fotografia:
- Montador / Editor:
- Produtora de Áudio:
- Locução:
- Fotógrafo(a):
- Ilustrador(a):
- Produtora Digital:
- Produtor(a) Gráfico(a) / Eletrônico(a):

Tecnologia e Inovação

- Desenvolvedor(a) / Programador(a):
- Especialista em IA / Data Science:
- Consultoria Técnica ou Científica:

Parceiros e Cocriação

- Parcerias Institucionais:
- Influenciadores / Embaixadores envolvidos:
- Outras Agências ou Empresas Correalizadoras:

Observações importantes:

- Todos os campos opcionais devem ser preenchidos com responsabilidade e apenas quando houver efetiva participação profissional no projeto.
- Os créditos informados serão utilizados nas divulgações oficiais, *shortlists*, certificados e demais peças de divulgação da premiação.
- A Comissão Organizadora poderá solicitar ajustes ou comprovações, se necessário.
- Na hipótese de um mesmo material ser inscrito em duas ou mais categorias, as descrições acima deverão constar em cada uma das inscrições.

ANEXO II - FORMATOS DOS MATERIAIS ACEITOS NA INSCRIÇÃO (upload pelo sistema on-line)

1 - Campanha Integrada (mínimo 3 peças, diferentes mídias): peças gráficas em formato .jpg, .pdf ou .png e peças eletrônicas em vídeos em formato .mp4 e em áudios em formato .mp3.

2 - Campanhas para TV, Cinema: formato .mp4 ou, de preferência, *link* de acesso ao Vimeo e YouTube.

3 - Campanhas para Rádio: formato .mp3 ou *link* de acesso no SoundCloud.

4 - Campanhas para Mídia Impressa: formato .jpg, .pdf ou .png.

5 – Campanhas para OOH (*Out of Home*) e DOOH (*Digital Out of Home*): formato .pdf, .jpg ou .mp4.

6 - Campanhas Digitais: formato .pdf ou .jpg ou, de preferência, *link* de acesso à internet.

7 - Campanhas para Plataformas e Ferramentas Digitais: *link* de acesso à internet.

8 - Campanhas de Varejo e Materiais de PDV: peças gráficas enviar em formato .jpg ou .pdf e peças eletrônicas em vídeos em formato .mp4 e em áudios em formato .mp3.

9 – Campanhas de Conteúdo: formato .pdf ou .jpg ou, de preferência, *link* de acesso à internet.

10 - Campanhas de Valorização do Agro: peças gráficas enviar em formato .jpg ou .pdf e peças eletrônicas em vídeos em formato .mp4 e em áudios em formato .mp3.

11 - Campanhas e Iniciativas com Agroinfluencer: peças gráficas em formato .jpg ou .pdf e peças eletrônicas em vídeos em formato .mp4 e em áudios em formato .mp3.

12 - Campanhas de Endomarketing: peças gráficas em formato .jpg ou .pdf e peças eletrônicas em vídeos em formato .mp4 e em áudios em formato .mp3, ou, de preferência, o *link* de acesso à internet.

13 – Criações de *Design e Branding*: formato .jpg, .pdf ou .png.

14 – Iniciativas de Incentivo: peças gráficas em formato .jpg ou .pdf e peças eletrônicas em vídeos em formato .mp4 e em áudios em formato .mp3.

15 - Iniciativas de Dia de Campo: peças gráficas em formato .jpg ou .pdf e peças eletrônicas em vídeos em formato .mp4 e em áudios em formato .mp3.

16 - Iniciativas em Feiras, Eventos e Congressos: peças gráficas em formato .jpg ou .pdf e peças eletrônicas em vídeos em formato .mp4 e em áudios em formato .mp3.

17 - Ativações de Imprensa e Comunicações Corporativas: peças gráficas em formato .jpg ou .pdf e peças eletrônicas em vídeos em formato .mp4 e em áudios em formato .mp3.

Observações:

(i) Os participantes deverão enviar até 5 peças para a categoria “**Campanha Integrada**” e até 3 peças para as demais categorias, considerando qualquer formato.

(ii) O limite de tamanho de vídeos em formato .mp4 é de até 200MB. Caso o vídeo exceda este limite, o envio deverá ser por meio de *link* de acesso à internet.

(iii) A Comissão Organizadora recomenda fortemente, porém não de forma obrigatória, a apresentação de um vídeo case ou quadro explicativo, com caráter ilustrativo, conforme orientações e especificações definidas no Anexo III, mediante o fornecimento de *link* de acesso com o objetivo de permitir uma melhor avaliação pelo júri e aumento de chances de vitória na premiação.

ANEXO III - GUIA PARA CRIAÇÃO DE UM VÍDEO CASE

Este guia foi elaborado para ajudar os participantes a produzirem vídeo cases eficazes que comuniquem com clareza o valor criativo e estratégico dos materiais inscritos.

Por que incluir um vídeo case?

Embora não seja obrigatório, o envio de um vídeo case é altamente recomendado. O vídeo permite que os jurados compreendam com mais profundidade o desafio, a ideia, a execução e os resultados do case, aumentando suas chances de destaque e premiação.

Especificações técnicas sugeridas:

- Duração: aproximadamente 120 segundos (2 minutos);
- Formato: MP4;
- Plataforma de hospedagem: YouTube ou Vimeo (link público ou não listado);
- Idioma: preferencialmente em português; se em outro idioma, adicionar legendas em português.

Conteúdo sugerido para o vídeo case:

- 1.Desafio.** Qual problema, contexto ou oportunidade originou o case?
- 2.Estratégia.** Qual foi o caminho criativo e estratégico adotado para responder ao desafio?
- 3. Execução.** Como a ideia foi colocada em prática? Quais mídias, ferramentas e soluções foram utilizadas?
- 4. Resultados.** Quais foram os principais impactos e aprendizados? Se possível, inclua dados e indicadores.

Orientações para um vídeo case eficaz:

1. Seja objetivo: foque no que realmente importa;
2. Use uma narrativa envolvente e cronológica;
3. Destaque o diferencial criativo e estratégico do trabalho;
4. Utilize recursos visuais (imagens, dados, trilha sonora) para enriquecer a apresentação.

Um bom vídeo case pode ser decisivo para destacar o seu trabalho. Inspire, informe e impressione.

Informações importantes sobre os vídeo cases:

1. O vídeo case é material ilustrativo, não comprobatório;
2. O participante irá declarar no ato da inscrição que todas as informações apresentadas são verdadeiras, não sendo permitida a apresentação de algo que não tenha se materializado na prática ou seja falso.

3. Se houver uso de *mockups*, reconstituições ou IA, deverá conter a indicação de “imagem ilustrativa”;
4. A Comissão Organizadora poderá solicitar comprovação adicional ou validação com o anunciante;
5. Irregularidades podem gerar as penalidades previstas neste Regulamento.

Alternativa à apresentação de vídeo case – Apresentação de Quadro Explicativo: outra forma de apresentar os materiais é por meio de um único quadro explicativo, que resume o trabalho e facilita seu entendimento pelos jurados

Nesse caso, sugerimos formatar o arquivo em formato .jpg, 300DPis (mínimo de 200 DPis), RGB;

Peças no formato horizontal: 2560×1440 pixels;

Peças no formato vertical: limite de 1440 pixels.