

PRÊMIOS ASPID DE CRIATIVIDADE E COMUNICAÇÃO IBERO-AMERICANA EM SAÚDE E FARMÁCIA

XXX EDIÇÃO -2026-

Latinoamérica



1. CONVOCATÓRIA

1.1 Agências e profissionais do mundo do design e da comunicação, bem como laboratórios farmacêuticos ou outras instituições ou empresas com produtos ou serviços na área da Saúde, podem apresentar seus trabalhos aos Prêmios Aspid América Latina. As agências ou empresas sediadas na Espanha ou em Portugal não podem apresentar suas campanhas na edição latino-americana dos Prêmios Aspid e devem fazê-lo na edição espanhola (www.premiosaspid.es).

2. CONDIÇÕES GERAIS DE PARTICIPAÇÃO

2.1 Os trabalhos devem ter sido publicados, divulgados ou emitidos na América Latina entre janeiro de 2025 e agosto de 2026. A criatividade e a estratégia de comunicação de todos os trabalhos apresentados a este Festival devem ter sido realizadas pela agência ou empresa que apresenta o trabalho.

2.2 Todas as peças apresentadas devem corresponder, na íntegra, às que foram realmente publicadas, transmitidas ou divulgadas, dentro do prazo, na sua divulgação pública ao público-alvo a que se destinava a campanha e, portanto, nenhuma das peças pode pertencer a materiais rejeitados, seja pelo cliente, seja pelas entidades reguladoras do setor de saúde correspondente. A organização dos Prêmios Aspid poderá auditar com a empresa anunciante e, se for o caso, também com a agência, as obras apresentadas que forem vencedoras, especialmente os prêmios Aspid Ouro e Prata. Nessa auditoria, a empresa anunciante deverá confirmar que todos os materiais apresentados (incluindo vídeos de casos, textos, dados e afirmações) são verdadeiros, estão devidamente fundamentados e refletem fatos e resultados reais.

A organização dos Prêmios Aspid anulará qualquer prêmio obtido em que se comprove que a agência ou anunciante não cumpriu o disposto neste ponto, bem como nos casos em que o cliente não validar as peças apresentadas. Nesse caso, será proclamado vencedor o segundo trabalho mais bem classificado da categoria, e assim sucessivamente.

2.3 No caso de trabalhos relacionados com produtos farmacêuticos ou sanitários, estes devem ser comercializados habitualmente no canal farmacêutico ou hospitalar.

2.4 Os direitos correspondentes a cada categoria de participação deverão ser pagos no momento da inscrição. Em qualquer caso, os trabalhos apresentados que não tenham pago os direitos antes de 4 de setembro de 2026 não poderão participar no concurso.

2.5 A Organização dos Prêmios Aspid reserva-se o direito de exposição, reprodução e utilização dos materiais das obras carregadas no nosso servidor.

Caso alguma obra, ou parte dela, não deva ser publicada, tal deverá ser indicado no campo de observações do formulário de inscrição, ou comunicado por escrito à organização dos Prêmios Aspid.

2.6 Os organizadores do Prêmio Aspid América Latina declinam toda e qualquer responsabilidade quanto à autenticidade dos dados expressos pelos participantes nos formulários de inscrição.

2.7 A participação nesta convocatória implica a aceitação total destas bases.

3. APRESENTAÇÃO DOS TRABALHOS

3.1 As obras serão enviadas para o nosso servidor através dos formulários disponíveis na seção CONCURSO do site <https://premiosaspid.mx/pt> com todos os dados solicitados, preenchidos com o máximo rigor e exatidão, uma vez que estes serão utilizados para a proclamação pública dos prêmios e para sua publicação no site oficial dos Prêmios Aspid Latinoamérica. Caso contrário, a Organização declina toda a responsabilidade. Apenas os dados indicados nos formulários de participação serão os que constarão nos créditos dos prêmios.

3.2 É condição indispensável para a admissão das obras o envio ao servidor dos Prêmios Aspid de materiais gráficos e audiovisuais de cada obra apresentada. Só poderá ser carregado um máximo de 5 imagens por obra ou campanha, exclusivamente em formato jpg, jpeg, png ou webp e, se for o caso, um vídeo explicativo para o Júri, em formato mp4, webm ou mov, vídeo que não pode exceder três minutos de duração. No caso das categorias Audiovisuais e spots, poderão ser enviados dois vídeos: o explicativo para o Júri, com duração máxima de três minutos, e o audiovisual propriamente dito, que poderá ter uma duração máxima de 10 minutos.

Também poderá ser enviado ao servidor um único arquivo complementar ou explicativo da obra, destinado ao Júri. Esse arquivo deverá ser obrigatoriamente em formato pdf.

3.3 As obras não devem conter em nenhuma parte o nome ou logotipo da agência que as apresenta. Isso também se aplica aos audiovisuais.

3.4 O prazo de inscrição das obras encerrará às **0 horas do dia 4 de setembro de 2026.**

3.5 A organização dos Prêmios Aspid está localizada em Barcelona (Catalunha-Espanha) Tel. +34 653 854 919. E-mail: <https://premiosaspid.mx/pt>

4. JÚRI

4.1 A organização dos Prêmios Aspid poderá, sem aviso prévio, transferir qualquer trabalho de uma categoria para outra, se considerar que foi mal classificado pela agência ou empresa que apresentou a campanha ou peça.

4.2 As atas das votações serão públicas para o Júri e para as empresas participantes. Será obrigatório indicar a categoria votada, o título das obras avaliadas, os pontos obtidos por cada obra, os nomes dos membros do Júri que votaram e a agência ou empresa que apresentou a peça ou campanha, quando esta for declarada vencedora.

4.3 Tanto os participantes como o Comitê Executivo dos Prêmios Aspid poderão solicitar a impugnação de qualquer obra premiada. Para tal, devem enviar por escrito à Organização os motivos fundamentados de tal pedido. Não serão aceites pedidos de contestação de obras premiadas, uma vez decorridos dez dias úteis após a comunicação oficial dos prêmios.

4.4 Uma vez decorrido o prazo de contestação das obras, o veredicto do Júri será inapelável.

5. AÇÃO DO JÚRI

5.1 Critério de avaliação.

Como regra geral, o Júri de Criatividade avaliará a criatividade desenvolvida na obra com base nos objetivos, na estratégia e no plano de ação definidos na ficha de participação da mesma. O Júri de Marketing Médico avaliará principalmente aspectos como os objetivos dos programas, as necessidades a que respondem, o número de público alcançado, as inovações tecnológicas dos Programas e o nível de creditações ou avais científicos, se for o caso. O processo de votação será online em ambos os júris.

5.2 Haverá duas rodadas online: Na primeira rodada, serão votados os Aspid Ouro e os trabalhos das subcategorias. Na segunda rodada, serão votados apenas os Aspid Prata. Cada membro do júri votará em um único trabalho de cada categoria que considere o melhor da categoria, de acordo com seu critério, ou se absterá de votar na categoria ou a declarará deserta por meio de seu voto. O trabalho com o maior número de votos será o vencedor de cada categoria. Em caso de empate, as obras empatadas serão proclamadas vencedoras. Caso sejam atribuídos dois Ouros numa categoria por haver empates, o Prêmio Prata da categoria será eliminado, se for o caso.

5.3 Para que uma categoria seja considerada nula, metade mais um dos membros do Júri que tiverem votado devem votar nesse sentido. Isto afeta todos os tipos de prêmios.

5.4 Os membros do Júri só poderão votar nas obras nas quais não estejam direta ou indiretamente envolvidos. Caso contrário, seu voto será invalidado.

5.5 O Júri não saberá o nome das agências que se inscreveram no concurso até que o processo de votação esteja completamente encerrado.

6. PRÊMIOS

6.1 Os prêmios às obras vencedoras serão entregues às pessoas ou entidades que constarem como Autor e Cliente na ficha de participação. O pedido de estatuetas Aspid complementares será pago separadamente.

7. MEMBROS DO JÚRI

Você pode consultar a seção CERTAME de <https://premiosaspid.mx/pt>

8. CATEGORIAS DE PARTICIPAÇÃO E DIREITOS DE INSCRIÇÃO

Você pode consultar a seção CERTAME de <https://premiosaspid.mx/pt>

OBSERVAÇÕES GERAIS

Faça com que sua inscrição seja bem-sucedida.

1. **Seja direto.** Apresente sua história em um estilo fácil de acompanhar, com o mínimo de hipérboles. A conexão entre os desafios estratégicos, os objetivos, a grande ideia, as execuções criativas e os resultados deve ser clara.
2. **Seja conciso.** Use o espaço estabelecido no Formulário de Inscrição e respeite o limite de extensão. Lembre-se de que os jurados tendem a não ler textos muito longos.
3. **Inclua imagens** dos diferentes materiais da campanha. Os jurados precisam ver os diferentes materiais utilizados (especialmente em campanhas integrais).
4. **Conheça as regras.** Revise os requisitos de formatação e registro antes de enviar seu trabalho ou campanhas. Consulte as definições das categorias para garantir que sua campanha esteja registrada corretamente. Para a categoria B1 (Programas de Educação Continuada), o envio [deste arquivo](#) em formato PDF para o nosso servidor é obrigatório.
5. Certifique-se de que sua inscrição **NÃO inclua o nome de nenhuma agência** nos materiais criativos e vídeos explicativos. O Prêmio Aspid é uma competição anônima.
6. **Forneça traduções e nas legendas dos vídeos explicativos** em português ou espanhol e nos formulários de inscrição (não obrigatório, mas recomendável).
7. **NÃO escreva** tudo em maiúsculas.
8. **Pague os direitos de inscrição** na mesma plataforma de participação. Os trabalhos apresentados que, até 30 de agosto de 2025, não tiverem os direitos pagos não poderão participar no concurso.
9. Os vídeos explicativos da obra **não podem ter mais de 3 minutos** de duração.
10. **Limite o conteúdo do vídeo à categoria** em que se inscreve, ou seja, se, por exemplo, se inscreve uma obra em Gráfica, não utilize o vídeo da campanha integral para todas as categorias. Nesse caso, é melhor apresentar apenas as imagens e um texto explicativo.
11. **Otimize os vídeos.** Um vídeo de 3 minutos não deve ter mais de 100 Mb. Tenha em conta que ficheiros muito grandes podem tornar a visualização do vídeo mais lenta, com cortes e intermitências desagradáveis. Não corra esse risco. Otimize o tamanho do ficheiro do vídeo antes de o carregar para o nosso servidor.
12. **Compliance/Confidencialidade.** Não deixe que uma boa campanha fique sem prêmio por falta de autorização da empresa anunciante ou do cliente. Se nos for indicado, os

materiais de qualquer campanha, vencedora ou não, não serão divulgados nem na web nem no dia da gala, para tranquilidade da empresa anunciante.

Para consultas ou dúvidas:

latam@premiosapid.lat

Whatsapp: +34 653 854 919

GLOBAL PARTNERS



SUPPORT PARTNERS

