

# Código de Conduta da IPRA

Adoptado em 2011, o Código de Conduta da IPRA constitui uma afirmação de conduta profissional e ética por parte dos membros da Associação Internacional de Relações Públicas recomendado aos profissionais de relações públicas de todo o Mundo.

O Código consolida o Código de Veneza de 1961, o Código de Atenas de 1965 e o Código de Bruxelas de 2007.

*(a) TENDO EM CONTA a Carta das Nações Unidas que determina a “reafirmação da fé nos direitos humanos fundamentais, e na dignidade e valor da pessoa humana”;*

*(b) TENDO EM CONTA a Declaração Universal dos Direitos Humanos de 1948 e especialmente o seu artigo 19;*

*(c) TENDO EM CONTA que as relações públicas, ao promover a livre circulação da informação, contribuem para os interesses de todas as partes interessadas;*

*(d) TENDO EM CONTA que a condução das relações públicas e dos public affairs proporciona representação democrática essencial junto das autoridades públicas;*

*(e) TENDO EM CONTA que os profissionais de relações públicas, através das suas amplas capacidades de comunicação, possuem meios de influência que devem ser balizados por um código de conduta profissional e ética;*

*(f) TENDO EM CONTA que canais de comunicação tais como a Internet e o outros media digitais são canais através dos quais informação errónea ou enganosa pode ser amplamente disseminada ou manter-se incontestada, e por isso requerem atenção especial dos profissionais das relações públicas no sentido de manter a confiança e a credibilidade;*

*(g) TENDO EM CONTA que a Internet e o outros media digitais requerem especial atenção com respeito à privacidade pessoal das indivíduos, clientes, patrões e colegas;*

na condução das relações públicas os profissionais devem:

## **1. Observância**

Observar os princípios da Carta das Nações Unidas e da Declaração Universal dos Direitos do Homem;

## **2. Integridade**

Actuar sempre com honestidade e integridade de forma a garantir e manter a confiança de todos aqueles com quem os profissionais se mantêm em contacto;

## **3. Diálogo**

Procurar estabelecer as condições morais, culturais e intelectuais para o diálogo, e reconhecer os direitos de todas as partes envolvidas a apresentar os seus casos e expressar as suas opiniões;

## **4. Transparência**

Ser abertos e transparentes e declarar os seus nomes, organizações e interesses que representam;

## **5. Conflitos**

Evitar quaisquer conflitos de interesses profissionais e declarar tais conflitos, quando ocorrerem, às partes envolvidas;

#### **6. Confidencialidade**

Honrar a informação confidencial que lhes é fornecida;

#### **7. Precisão**

Tomar todas as medidas razoáveis no sentido de garantir a veracidade e precisão de toda a informação fornecida;

#### **8. Falsidade**

Fazer todos os esforços no sentido de não disseminar intencionalmente informação falsa ou enganadora, e exercer os cuidados adequados para evitar fazê-lo sem intencionalidade e corrigir prontamente quando tal aconteça;

#### **9. Engano**

Não obter informação por meios enganosos ou desonestos;

#### **10. Divulgação**

Não criar ou utilizar qualquer organização para servir uma causa anunciada mas que de facto serve um interesse não divulgado;

#### **11. Lucro**

Não fornecer comercialmente a terceiros cópias ou documentos obtidos junto de autoridades públicas;

#### **12. Remuneração**

Ao fornecer serviços profissionais, não aceitar qualquer forma de pagamento em ligação com esses serviços por parte de outra entidade que não o beneficiário dos mesmos serviços;

#### **13. Persuasão**

Não oferecer nem proporcionar, directa ou indirectamente, qualquer incentivo financeiro ou outro a representantes dos media ou quaisquer outras pessoas ou entidades envolvidas;

#### **14. Influência**

Não propor nem levar a cabo nenhuma acção que possa constituir uma influência imprópria sobre os representantes públicos, os media, ou outras entidades envolvidas;

#### **15. Concorrentes**

Não injuriar intencionalmente a reputação profissional de outro profissional;

#### **16. Concorrência desleal.**

Não procurar conseguir clientes de outros profissionais por meios enganosos;

#### **17. Emprego**

Ao dar emprego a pessoal de autoridades públicas ou de concorrentes, ter o cuidado de seguir e cumprir as regras e os requisitos de confidencialidade dessas organizações;

#### **18. Colegas**

Observar este Código com respeito pelos colegas membros da IPRA e pelos profissionais de relações públicas de todo o Mundo.

Os membros da IPRA devem, na defesa deste Código, concordar em cumprir e ajudar a aplicar as medidas disciplinares da International Public Relations Association (IPRA) em relação a qualquer incumprimentos deste Código.

