

10 PRINCÍPIOS DA PUBLICIDADE RESPONSÁVEL NOS MEIOS DIGITAIS



Guia de boas práticas - ABA

01.



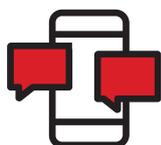
Garanta que a **publicidade seja compreendida independentemente** da plataforma em que o anúncio está sendo veiculado.

Identifique todos os anúncios feitos nas redes sociais, tais como Facebook, Twitter, Instagram e Snapchat, de forma a estabelecer uma **comunicação clara, honesta e objetiva com seus consumidores**, em respeito às leis e aos princípios éticos da publicidade.



02.

03.



Quando o conteúdo de determinada postagem for de **influenciadores**, use textos, narrações, legendas ou hashtags para declarar a natureza comercial de **posts pagos ou contratados pelo anunciante**, tais como #publicidade, #publipost, #publi, #anúncio, #pago, #patrocinado, #marca ou qualquer outra hashtag, texto ou narração, capaz de identificar claramente a postagem. As hashtags utilizadas para identificar o post como publicidade devem ser inseridas antes de qualquer outra hashtag para esclarecer a natureza da publicação.

Estabeleça, de forma expressa e inequívoca, a **obrigação do(s) influenciador(es) em declarar a natureza comercial do post patrocinado** por ele(s) publicado, bem como o respeito às normas éticas do Código de Autorregulamentação Publicitária e de Defesa do Consumidor.



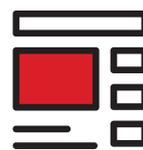
04.

05.



Nos casos de envio de produtos e oferecimento de experiências para influenciadores, o anunciante deverá recomendar, de forma expressa e inequívoca que, ao divulgar suas impressões na Internet sobre o produto/experiência, **o influenciador deverá informar que estes foram oferecidos pelo Anunciante.**

Sempre que possível, **utilize hyperlinks** para direcionar o usuário para o da marca anunciada e/ou outra plataforma que contenha informações adicionais sobre o produto/serviço promovido(s). Entretanto, certifique-se de que apenas informações adicionais (e não essenciais) serão disponibilizadas nos hyperlinks.



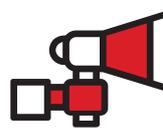
06.

07.



Não se esqueça de **cumprir com a regulação específica de cada setor** da indústria, inserindo os elementos necessários para o cumprimento das normas aplicáveis (i.e.: frase de advertência nos casos de bebidas alcoólicas e medicamentos isentos de prescrição).

Não faça publicidade disfarçada, nem estimule influenciadores a disfarçar o caráter comercial das postagens patrocinadas.



08.

09.



Não estimule, direta ou indiretamente, posts, comentários ou outros com o intuito de **denegrir produto ou imagem de concorrentes** e terceiros.

Os endossos de influenciadores não podem trazer qualquer afirmação expressa ou implícita que seja considerada enganosa ou abusiva, sendo de **responsabilidade do anunciante fiscalizar o conteúdo postado pelos influenciadores pagos**.



10.

