

Boas práticas para o uso da Inteligência Artificial Generativa na Publicidade

Cada vez mais presente e relevante, a IA Generativa democratiza o acesso a ferramentas que permitem a criação de conteúdos altamente convincentes e personalizados. Essa tecnologia revolucionária está transformando a maneira como as marcas se comunicam com seu público-alvo, abrindo horizontes inexplorados de criatividade e estratégias de marketing.

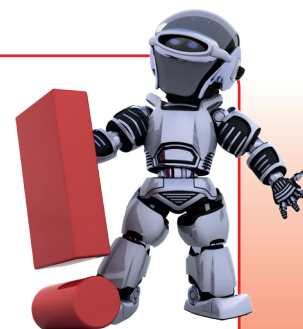
À medida que essa tecnologia avança e se aprimora, se torna um recurso indispensável para publicitários que desejam se manter à frente do jogo, impulsionando a criatividade, a personalização e o impacto de suas campanhas. Incentivadora de tais comportamentos, a ABA traz nesta publicação, recomendações baseadas em seu **“Guia ABA sobre Impactos da Inteligência Artificial Generativa na Publicidade”**, elaborado em parceria com a Opice Blum, Bruno Advogados, sobre o que os anunciantes podem e o que devem evitar no uso da Inteligência Artificial Generativa na publicidade.

Do's



- ✔ Dado o risco significativo de informações imprecisas, falsas e enviesadas, sempre revise o trabalho produzido pela IA Generativa, confirmando ou contestando as informações e fatos gerados no conteúdo.
- ✔ IA Generativa já está impactando o mercado de trabalho. Por isso, invista na capacitação e qualificação de sua equipe para que possam usar essas tecnologias de modo adequado e seguro.
- ✔ Identifique as áreas de negócio da sua empresa que poderão contar com os impactos positivos da IA Generativa. Desenvolva políticas de governança internas sobre como essa tecnologia poderá ser utilizada pelos funcionários da empresa.

Don'ts



- ⚠ Utilização/aplicação dos conteúdos produzidos pela IA sem qualquer revisão humana. Não espere que a IA irá produzir conteúdos sempre verdadeiros, precisos e éticos.
- ⚠ Deixar de fornecer treinamentos e cursos específicos sobre a utilização de IA Generativa para os profissionais de sua empresa. Entender sobre o funcionamento e riscos dessas ferramentas é fundamental para realização de um bom trabalho.
- ⚠ Assumir que as pessoas agirão com “bom-senso” ou, que anteciparão o que a empresa espera delas ao utilizarem a IA Generativa nas suas funções.

✔ Incorpore preceitos éticos e normas morais nos comandos (*prompts*) inseridos nos sistemas de IA Generativa, a fim de mitigar os riscos de vieses e discriminação (ex: respeito à raça/etnia, religião, condição socioeconômica, diversidade, meio ambiente, etc.).

✔ Estabeleça, claramente, junto aos seus profissionais quais informações/dados poderão ser inseridos em sistemas de IA Generativa.

✔ Respeite as normas de transparência previstas no Código de Defesa do Consumidor e no Código de Autorregulamentação Publicitária (CONAR), disponibilizando informações claras e precisas sobre o uso de sistemas de Inteligência Artificial em anúncios, bem como em produtos e/ou serviços oferecidos pela empresa.

✔ Leia e obedeça aos Termos e Condições de Uso da plataforma de IA Generativa escolhida pela sua empresa.

⚠ Delegar e confiar que a IA incorporará questões éticas e morais nos resultados, de forma automática. Lembre-se que conteúdos enviesados ou discriminatórios provocam efeitos danosos para as pessoas afetadas, bem como para a reputação da empresa.

⚠ Usar informações confidenciais ou protegidas pela empresa (ex: segredos de negócio, informações concorrencialmente sensíveis, dados estratégicos, informações ou imagens pertencentes a marcas ou outras de propriedade intelectual da empresa, dados pessoais de funcionários e/ou pessoas relacionadas à empresa).

⚠ Usar conteúdos considerados como Direitos de Personalidade de terceiros (ex: utilização da imagem, voz ou características relevantes de outras pessoas públicas, etc.). Essa utilização somente poderá ser feita com a autorização expressa do titular dos direitos de imagem/voz em questão.

⚠ Deixar de indicar o uso da IA quando ela for relevante no processo criativo pois pode “poluir” a arte da comunicação. Lembre-se de que é necessário informar ao consumidor sobre a utilização de IA em anúncios publicitários, produtos e/ou serviços - com indicação específica sobre onde foi usada a IA no anúncio/produto/serviço.

⚠ Generalizar, inferindo que as plataformas possuem regras de utilização iguais.



O futuro passa por aqui.

Associação Brasileira de Anunciantes

aba.com.br

comunicacao@aba.com.br

+55 11 3283-4588

🌐 bit.ly/facebook-aba

🐦 twitter.com/abatransformar/

📷 [instagram.com/abatransformar/](https://www.instagram.com/abatransformar/)

🌐 bit.ly/linkedin-aba

Filiada à WFA World Federation of Advertisers



World Federation of Advertisers

wfanet.org | info@wfanet.org

+32 2 502 57 40

🐦 [twitter @wfamarketers](https://twitter.com/wfamarketers)

📺 [youtube.com/wfamarketers](https://www.youtube.com/wfamarketers)

🌐 [linkedin.com/company/wfa](https://www.linkedin.com/company/wfa)

Apoio:

