



Guia de publicidade para influenciadores digitais

Tudo o que você precisa
saber para fazer **#publi**,
segundo o Conar



Você sabe como e quando sinalizar um conteúdo publicitário nas redes sociais?

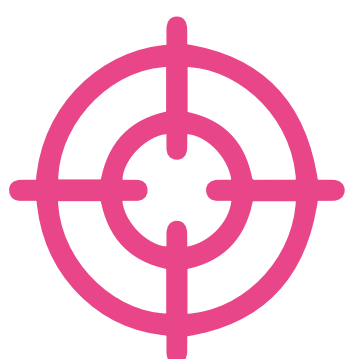
Como influenciador, existem regras indispensáveis que você deve seguir antes de postar qualquer conteúdo comercial. **O motivo é simples: ser transparente e mostrar para o seu público que a divulgação daquele produto ou serviço foi paga pela marca.**

As orientações para a divulgação de um produto ou serviço podem ser encontradas no Guia de Publicidade por Influenciadores Digitais do Conar, que foi elaborado pelo Grupo de Trabalho para a Publicidade Digital.



E quem faz a fiscalização?

O Conar (Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária) é o responsável pela fiscalização da ética (e transparência) presente na propaganda brasileira. **O objetivo é evitar a circulação de campanhas de conteúdo enganoso, ofensivo e abusivo.**



Qual o objetivo das novas regras?

Deixar claro quando o conteúdo é um anúncio publicitário e sinalizar, de maneira transparente, a **relação do influenciador com as empresas responsáveis pelas marcas divulgadas.**



Quando o conteúdo é considerado publicidade?

De acordo com o Conar, existem 3 elementos que indicam que um conteúdo é publicitário:

- 1.** **A divulgação de produto, serviço, causa ou outro sinal associado ao que está sendo citado no conteúdo;**
- 2.** **A relação comercial entre o influenciador e a marca, não importa se é com ou sem remuneração ou intermédio de agência. Resumindo: se você aceitou fazer permuta, precisa sinalizar no post que é um #publi;**
- 3.** **Controle editorial do anunciante sobre o conteúdo postado pelo influenciador. Se a marca especificou algum detalhe, mínimo que seja, sobre o que deve ser postado também é publicidade!**

Importante: Não é considerado controle editorial o contato do anunciante com o influenciador, com o objetivo de apresentar o produto, dar orientação quanto ao consumo ou cuidados necessários no caso de sua eventual e incerta divulgação (isso vale no caso dos recebidos, combinado?).



COMO MOSTRAR QUE É UM #PUBLI

PODE USAR

- ✓ #publicidade
- ✓ #anúncio
- ✓ #patrocinado
- ✓ #conteúdo pago
- ✓ #parceria paga
- ✓ #embaixador
- ✓ #publipost
- ✓ #publi

NÃO PODE USAR

- ⊗ #ad*
- ⊗ #adv*
- ⊗ #advertisement*
- ⊗ #ambassador*
- ⊗ #parceiro
- ⊗ #marcaXYZ
- ⊗ #colaboração

*Hashtags promovem maior destaque à informação, portanto são recomendadas.

*Termos em língua estrangeira: dificultam o entendimento do consumidor, por isso, não devem ser utilizados.



Onde incluir a informação do #publi?

No caso das fotos e vídeos postados no feed, as palavras de identificação publicitária, citadas no box, devem ser apresentadas junto com a primeira tela do anúncio, com fácil visualização e leitura (sem a necessidade de acionar busca por mais informações ou o botão “mais conteúdo”).

exemplos:

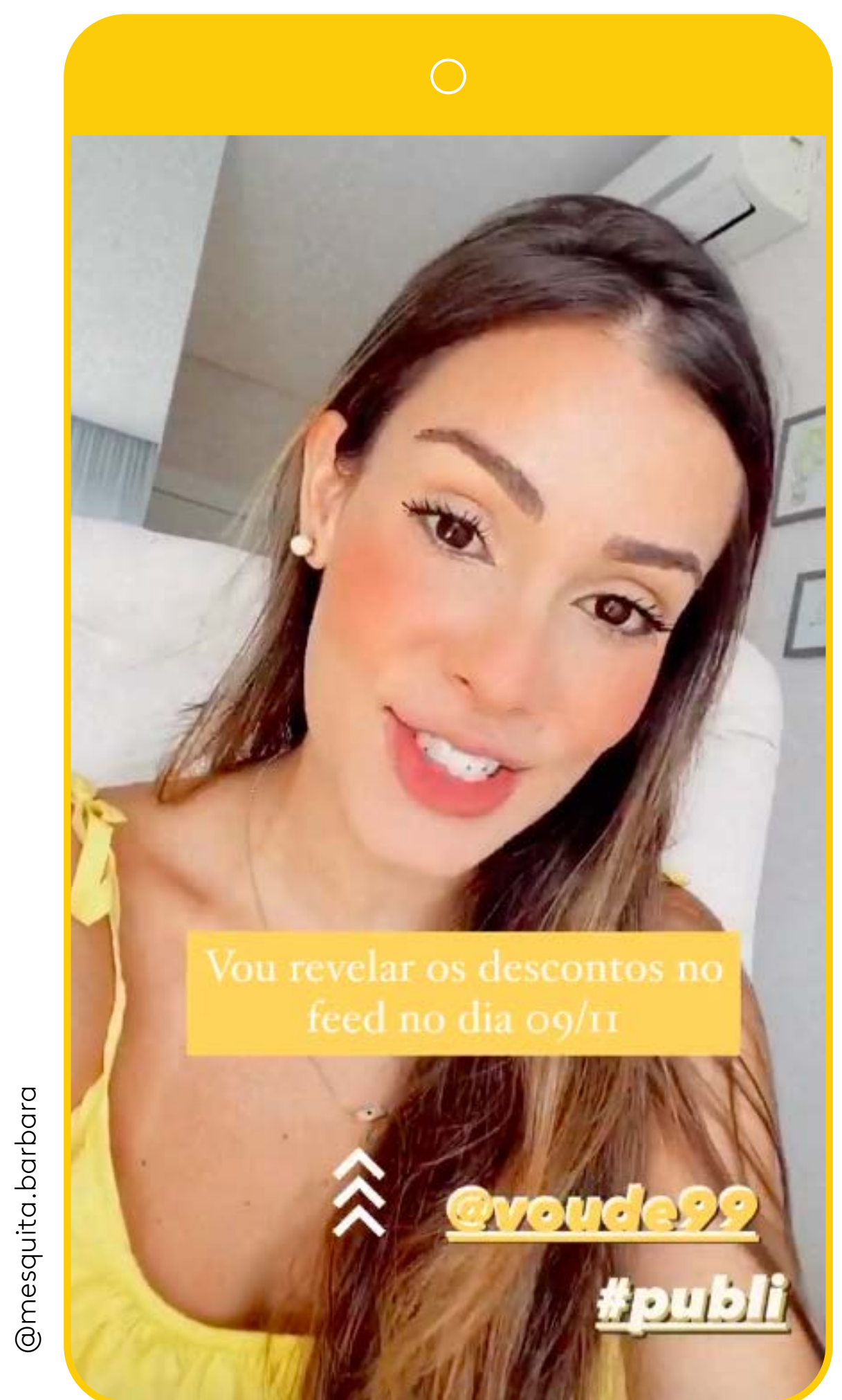


O Conar recomenda o uso das ferramentas de identificação disponibilizadas pelas próprias plataformas, como o “Parceria paga com...” do Instagram, ou na própria legenda. Caso existam muitas hashtags, a identificação publicitária deve ser a primeira ou estar devidamente destacada com relação às outras.



No caso dos stories, o conteúdo fica disponível por pouco tempo, então, a identificação deve estar visível em todos os vídeos relacionados com aquela ação, próxima do nome da marca e durante o tempo em que o conteúdo estiver disponível.

exemplos:



Dica: escreva #PUBLI junto com o @ da marca anunciada.



E os recebidos e brindes?

Quando não existe nenhum tipo de remuneração ou acordo de permuta, eles não são considerados publicidade. O importante é sinalizar, de forma clara, que você recebeu o produto em casa ou fez uma viagem convidado pela marca em questão.

Como mostrar um recebido, brinde ou convite

RECOMENDADO

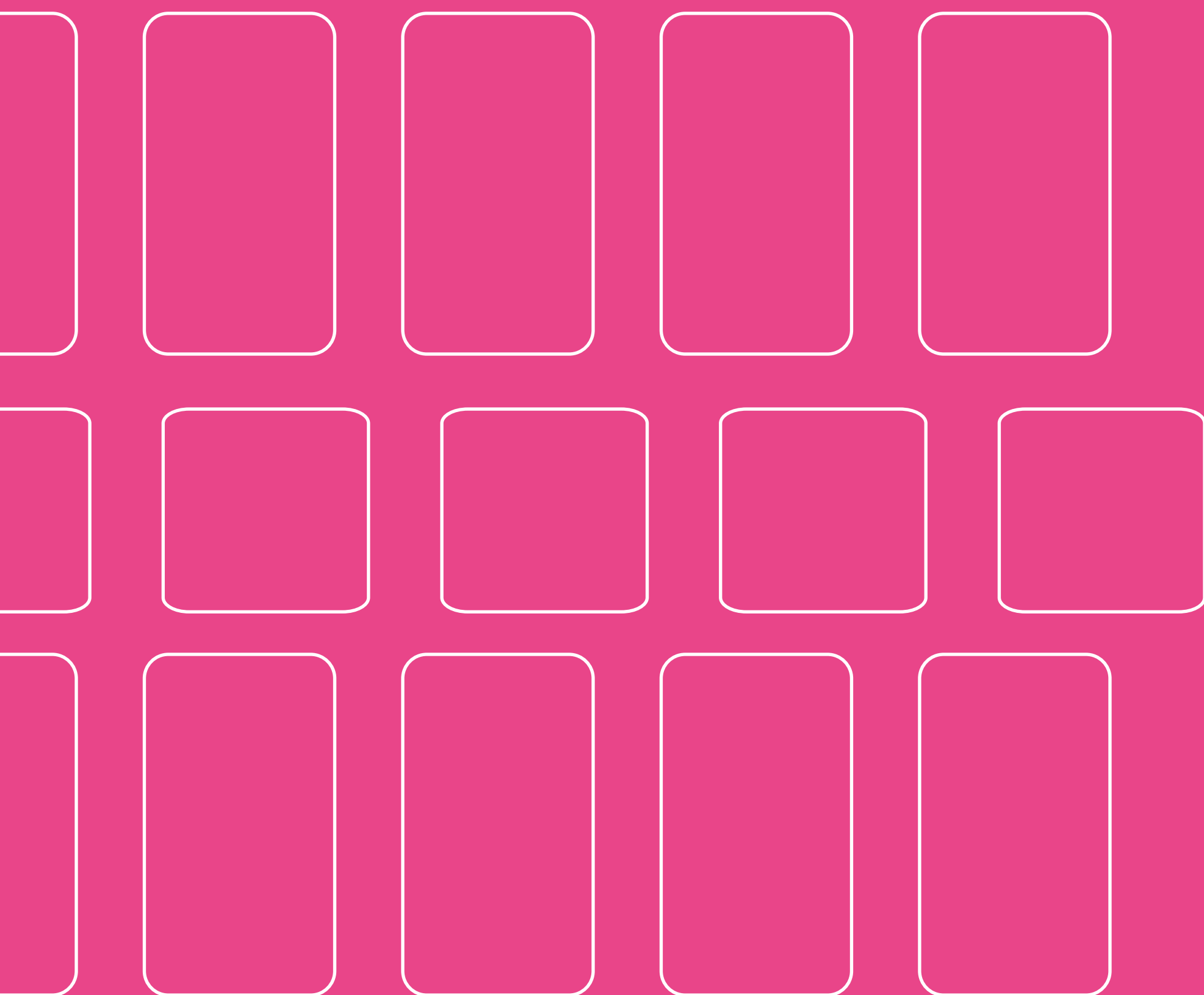
- #recebido
- [viagem/show/evento] a convite de [marca]
- Obrigada à [marca] pelo [produto, viagem, convite]
- Obrigada [marca]
- #promoção
- #promo (ativações mediante brindes ou prêmio)

NÃO RECOMENDADO

- Apenas menção da marca (ou marcação: tag).



Fique de olho nas orientações e siga as regras!



Saiba mais sobre o
Guia de Publicidade por
Influenciadores Digitais

