

# PUBLICIDADE POR INFLUENCIADORES DIGITAIS

Em dezembro de 2020 o **Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária - Conar** publicou o **Guia de Publicidade por Influenciadores Digitais** estabelecendo regras de aplicação do **Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária - CBAP** aos anúncios publicitários em redes sociais. Conheça alguns dos principais pontos do guia que **anunciantes, agências de publicidade e marketing digital e influenciadores digitais** devem conhecer:

## APLICAÇÃO DO GUIA EM DESTAQUE

Publicidades veiculadas por **digital influencers**, em especial anúncios configurados como postagens ou conteúdos de manifestação espontânea, mas que são veiculados no contexto de contratações publicitárias, parcerias, colaborações e outras formas de divulgação paga de produtos e serviços.

### O QUE CARACTERIZA A PUBLICIDADE DIGITAL?

- divulgação de produtos, serviços, empresas, causas
- recebimento de compensação/contrapartida
- ingerência do anunciante ou da agência sobre o conteúdo (controle editorial)



O Guia conta com uma tabela com recomendações práticas para a aplicação de suas diretrizes e está disponível no site do Conar em <http://conar.org.br/index.php?codigo&pg=influenciadores>  
Este material não é exaustivo e não substitui a consulta ao Guia.

**Para saber mais, entre em contato com:**

**Rochelle Ricci - rri@machadoassociados.com.br**

**Giovana Martins - gvm@machadoassociados.com.br**

**www.machadoassociados.com.br**



## O CBAP é aplicável à publicidade digital.

### Transparência

Identifique a postagem, na imagem, vídeo e/ou na legenda como publicidade ou anúncio, deixando evidente o vínculo com o anunciante.

\*publi\*  
**#publicidade**  
**-parceria paga-**  
**"conteúdo patrocinado"**  
**<publipost>**  
**#anúncio**



### Clareza e Padronização

Informe de modo claro, evidente e destacado que se trata de publicidade ou parceria paga. Padronize a forma de identificação da publicidade nos posts.

Termos e tags aplicados para identificar o conteúdo como anúncio devem ser compreensíveis para o perfil de seguidores alvo da publicação.



**A contrapartida ao Influenciador pode não ser financeira (por exemplo, produtos, serviços, viagens, benefícios)**

Estão previstas diretrizes sobre as chamadas **Mensagens Ativadas**: conteúdos publicados com referência a produtos ou serviços obtidos a partir de conexão ou benefício não remuneratório oferecido por anunciante ou agência, sem controle editorial sobre a referência (por exemplo, posts agradecendo brindes e amostras).

### Não está no Guia, mas é importante considerar:

#### FOCO NO CONSUMIDOR!

O Influenciador pode estar preparado para responder algumas dúvidas dos seguidores a respeito do produto ou serviço divulgado, mas situações em que acabe atuando como uma espécie de SAC podem trazer riscos e repercussões indesejadas para ambas as partes.