



- 1** Garanta que a publicidade seja compreendida independentemente da plataforma em que o anúncio está sendo veiculado.
- 2** 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.
- 3** 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 qual-quer 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.
- 4** 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.
- 5** 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.
- 6** Sempre que possível, utilize hyperlinks para direcionar o usuário para o website 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.
- 7** 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).
- 8** Não faça publicidade disfarçada, nem estimule influenciadores a disfarçar o caráter comercial das postagens patrocinadas.
- 9** Não estimule, direta ou indiretamente, posts, comentários ou outros com o intuito de denegrir produto ou imagem de concorrentes e terceiros.
- 10** 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.

