



PUBLICIDADE ONLINE AS REGRAS PARA “INFLUENCIADORES” E ANUNCIANTES

Foi, recentemente, divulgado o “Guia informativo sobre regras e boas práticas na comunicação comercial no meio digital”, pela Direção Geral do Consumidor (DGC), organismo público do Ministério da Economia que tem por missão exercer a política de defesa do consumidor em Portugal. O Guia tem como “principais destinatários os influenciadores e os anunciantes”.

Este Guia surge na esteira da discussão mantida na Europa, nomeadamente no Reino Unido e em Itália, sobre a “nova” forma de promover marcas comerciais. O Guia fornece uma abordagem prática à questão da publicidade veiculada nas diversas plataformas digitais, promovendo que os anunciantes e os influenciadores interiorizem as obrigações inerentes a este tipo de comunicações comerciais e se consciencializem da obrigação de cumprir a legislação aplicável.

Nos dias de hoje, a publicidade tem ocupado novos espaços de difusão - plataformas digitais - e assumido uma nova linguagem - com diferentes *players* como intervenientes principais - substituindo, progressivamente, os canais tradicionais. A capacidade de influenciar dos influenciadores ganha, todos os dias, mais força nas decisões de consumo e os anunciantes assumiram as redes sociais, por via destes influenciadores ou por si próprios, como um veículo preferencial nas suas estratégias de marketing e de comunicação comercial.

Assim, inevitavelmente chegou também a Portugal o debate sobre como os requisitos basilares da comunicação comercial nos meios digitais - veiculada de forma clara, transparente e responsável - devem ser eficientemente implementados no marketing e na promoção de vendas difundidos pelas redes sociais.

O Guia não traz, propriamente, novas regras nesta matéria, mas compila aquelas que são aplicáveis (pelos menos as mais óbvias), relembrando que também os canais digitais a estas estão sujeitos. Uma das novidades do Guia é a definição do que devemos entender por “influenciador”: “uma pessoa ou personagem no meio digital que possui o potencial de influenciar os outros, independentemente do número de consumidores seus seguidores que acompanham as suas publicações. Influenciadores também são criadores de conteúdos digitais e uma fonte importante de informação e de influência para os consumidores que nestes confiam.”

A atividade dos influenciadores traduz-se em publicações de conteúdo comercial, as quais têm subjacente uma relação comercial entre o influenciador e o artigo ou marca que o mesmo promove. Esta relação comercial, associada a algum tipo de contrapartida ou benefício, determina, de forma imediata, que a divulgação do conteúdo não é afinal livre, espontânea e imparcial.

Tendencialmente, o consumidor estabelece uma relação de confiança com os conteúdos divulgados pelo influenciador, absorvendo-os com escrutínio reduzido. Por isto, a obrigação de informar de que se trata de publicidade é incontestável, devendo esta ser identificada de forma clara e inequívoca enquanto tal perante o consumidor - no início da sua publicação - ganhando visibilidade sobre o conteúdo. A identificação deve corresponder ao tipo de benefício recebido (pub, patrocínio, parceira, oferta). A comunicação comercial deve também ser acompanhada pelas menções legais obrigatórias.

Teria sido interessante o Guia promover informação quanto ao regime sancionatório aplicável em caso de violação destas regras, o que é notoriamente um fator de risco muitas vezes desconhecido pelos influenciadores e anunciantes que utilizam os meios digitais para promoção da sua atividade. As sanções pecuniárias são avultadas, podendo ascender a montantes próximos dos 45.000 euros (coimas), aplicáveis tanto aos influenciadores como aos anunciantes, agências de comunicação, entre outros.

Atualmente, as plataformas digitais que disponibilizam as redes sociais estão, na sua maioria, adaptadas à realidade jurídica em que estão enquadradas, dispondo de ferramentas que permitem facilmente aos seus utilizadores assinalar o conteúdo comercial das suas próprias publicações. Assim, não se vislumbra qualquer justificação para a existência dos riscos, desconformidades a que assistimos, de forma regular, na publicidade veiculada através destes meios.

O Código da Publicidade foi aprovado em 1990 e já sofreu 13 alterações.

www.abreuadvogados.com

Para mais informações contacte appiti@abreuadvogados.com

Lisboa
Av. Infante D. Henrique, 26
1149-096 Lisboa
☎ (+351) 217 231 800
✉ (+351) 217 231 899
✉ lisboa@abreuadvogados.com

Porto
Rua S. João de Brito, 605 E - 4º
4100-455 Porto
☎ (+351) 226 056 400
✉ (+351) 226 001 816
✉ porto@abreuadvogados.com

Madeira
Rua Dr. Brito da Câmara, 20
9000-039 Funchal
☎ (+351) 291 209 900
✉ (+351) 291 209 920
✉ madeira@abreuadvogados.com

Siga-nos

 www.linkedin.com/company/abreu-advogados
 www.twitter.com/abreuadvogados



A Abreu Advogados é a 1ª sociedade de advogados em Portugal com sistema de gestão certificado (ISO 9001).



A Abreu Advogados compensa a sua pegada de carbono e está certificada como e)mission neutral.



A Abreu Advogados é uma B Corp. As empresas B Corp, líderes do movimento global de pessoas que usam os "negócios como uma força para o bem", cumprem as mais elevadas normas corporativas em matéria de responsabilidade, transparência e desempenho social e ambiental e fomentam o poder dos negócios para resolver desafios sociais e ambientais.