

VERSÃO IMPRESSA

Profissão influencer

| MARKETING DE INFLUÊNCIA | Foi colocado em discussão, neste mês, a necessidade da profissionalização do digital influencer, com a criação de um código próprio e leis trabalhistas já aplicadas em empresas privadas

01:30 | 30/11/2018



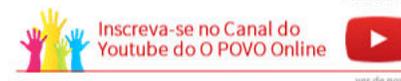
 NICOLE Pinheiro afirma que digital influencer já virou profissão João Viegas/DIVULGAÇÃO

seguras.

O digital influencer tomou as peças publicitárias de muitas marcas pelo Brasil. Ele representa o real. Transmite ao consumidor que o produto anunciado é confiável. Mas a ascensão dessas estrelas do "cotidiano" vem se tornando mais complexa nesse marketing de influência e a profissionalização dos influencers foi colocada em discussão no Congresso Nacional.

Seria criar código de recomendações, bem como estabelecer carga horária, horas extras e garantia de jornadas de trabalho

PUBLICIDADE



Mais Lidas

- SECRETARIADO**
1 Camilo convidou Eunício para assumir pasta no novo governo
- DRAMA**
2 A luta de uma mãe que, há cinco anos, tenta manter o filho longe das facções
- IMBRÓGLIO**
3 Ministério Público pede interdição do Centro de Formação Olímpica

Profissão influencer



Roberto Kanter, professor dos MBAs da Fundação Getúlio Vargas (FGV) e diretor da Canal Vertical, afirma que o mercado já autorregula a ideia de profissionalizar o digital influencer. "Quando o governo resolve botar a mão, não costuma dar certo". Para ele, é suficiente a atuação de órgãos como o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar), que opina sobre propagandas que passam do limite.

Gisele Truzzi, advogada especialista em Direito Digital e fundadora da Truzzi Advogados, acrescenta que o influencer não tem uma formação específica e engloba particularidades de outras atividades. "Talvez, a regulamentação poderia engessar não somente a própria profissão, mas outras, como empreendedores, que atuam no seu segmento e acabam migrando para plataformas digitais".

O interessante, para ela, seria a criação de um código de ética, mas questões como calúnia, injúria e difamação já estão justificadas em lei e não precisariam ser reescritas. "O que poderia ser interessante seria uma autorregulamentação, como o Conar, que coloca diretrizes para área da Publicidade e Propaganda.

Profissão influencer

O interessante, para ela, seria a criação de um código de ética, mas questões como calúnia, injúria e difamação já estão justificadas em lei e não precisariam ser reescritas. "O que poderia ser interessante seria uma autorregulamentação, como o Conar, que coloca diretrizes para área da Publicidade e Propaganda.

Digital influencer ligada à Fhits, plataforma de influenciadores digitais de moda e lifestyle, Nicole Pinheiro enfatiza que a atividade, na verdade, já se tornou uma profissão à medida em que foram se concretizando contratos. "Exige profissionalismo e seriedade", complementa.

PROJETOS

Dois projetos de lei foram propostos no início deste mês pelo deputado federal Eduardo Fontes (PP-PE). Foram arquivados, mas levantaram a discussão sobre até que ponto é interessante formalizar os influenciadores.

<https://www.opovo.com.br/jornal/mercado/2018/11/profissao-influencer.html>