

Nuevo Código de la publicidad.

-- Claves y novedades del nuevo código de conducta para 'influencers'



Description: -

- Business / Economics / Finance

Investment Finance

Business/Economics

Investment & securities

Investments & Securities - General

Advertising, Outdoor -- Law and legislation -- Buenos Aires.

Signs and signboards -- Law and legislation -- Buenos Aires. Nuevo Código de la publicidad.

-Nuevo Código de la publicidad.

Notes: Cover title.

This edition was published in 1967



Filesize: 33.13 MB

Tags: #El #nuevo #código #de #conducta #para #el #tratamiento #de #datos #en #la #publicidad

Publicidad, "Influencers" y Competencia Desleal. Nuevo Código de Conducta sobre el Uso de "Influencers" en la Publicidad

Como ya hemos avanzado hace unas líneas, el Código de Conducta sobre el Uso de Influencers en Publicidad formulado por Autocontrol y la AEA recoge las normas éticas que deben cumplir los contenidos de índole publicitario publicados por estos prescriptores en sus redes sociales. En el primero Tamara Falcó hace balance del año 2020, con un vídeo de un anuncio que protagoniza ella misma de Sisley. «En mi opinión, el post de Tamara es clarísimamente patrocinado, por lo que cumple con la obligación de identificar que se trata de un contenido publicitario y de decir quién es el anunciante que está detrás», explica.

Nuevo código sobre el uso de influencers en la publicidad

Los servicios de asesoramiento que ofrece AUTOCONTROL y el mecanismo de resolución de controversias también van a ser muy útiles para tu negocio.

Claves y novedades del nuevo código de conducta para 'influencers'

Respecto a la mediación en las reclamaciones y el jurado, servirán como soporte a tu delegado de protección de datos o a tu departamento de privacidad. ¿Sabías que el 89,2% de las marcas considera que el marketing con influencers es efectivo y clave en su estrategia digital? Existe una lista pública de las empresas e influencers que se han acogido al Código.

Nuevo código sobre el uso de influencers en la publicidad

Ante este escenario resulta complejo diferenciar en los contenidos de multitud de influencers cuándo hablamos de una publicación natural, sin ningún tipo de contraprestación, y cuándo de menciones con intencionalidad promocional.

El nuevo código de conducta para el tratamiento de datos en la publicidad

La empresa anunciante o el agente deben tener el control editorial de las menciones, aprobando previamente el anuncio. Tres abogados intentan arrojar luz sobre una norma de carácter voluntario y que lo que pretende es que no haya lugar a confusiones sobre los contenidos publicitarios en Internet. Con ellas hablarás con claridad a los usuarios y potenciales clientes de tu marca a través de influencers de gran alcance, aportando más

transparencia y confianza.

Publicidad, “Influencers” y Competencia Desleal. Nuevo Código de Conducta sobre el Uso de “Influencers” en la Publicidad

Acceso, rectificación, supresión, limitación u oposición al tratamiento, derecho a no ser objeto de decisiones automatizadas, así como a obtener información clara y transparente sobre el tratamiento de los datos. Por un lado, podrás acudir a ellos cuando tengas dudas sobre la forma más adecuada de proceder.

Nuevo código sobre el uso de influencers en la publicidad

Artículo 26, Ley de Competencia Desleal Prácticas comerciales encubiertas. En principio, este código de conducta sobre el uso de influencers deben comprometerse a respetarlo aquellas empresas asociadas a Autocontrol y AEA.

Related Books

- [Py'l'naia golovniâ kukuruzy - selektsionno-geneticheskie i ekologicheskie aspekty ustoichivost'](#)
- [Participación laboral femenina y diferencias de remuneraciones según sexo en América Latina](#)
- [Guverne și guvernanti - 1866-1916](#)
- [Rolul hidrologic al pădurii](#)
- [Au service des régions](#)