

Regular Influencers e suas Armadilhas

? ??????? ????????????? ? ??? ? ??????????? ?

Trabalho e estudo influencers há +10 anos. Particpei do primeiro caso do assunto no CONAR em 2012 e fui do grupo técnico que elaborou o guia de influenciadores em 2021, além de ter publicado artigos e capítulos de livros sobre o tema. E, claro, estou preocupado com as discussões recentes. Os casos envolvendo marketing de influência apoiando esquemas criminosos e perfis promovendo difamações são assustadores. É preciso investigar e punir severamente os envolvidos. Contudo, devemos evitar reações impulsivas e confundir reatividade com reacionarismo.

O mercado de influência no Brasil movimenta mais de 2 bilhões de reais por ano, equivalente aos gastos de publicidade em jornais, revistas e TV por assinatura juntos. Além disso, oferece conteúdos qualificados sobre diversos temas. Logo, não podemos ignorar seu impacto econômico e social positivo.

? Respostas rápidas podem gerar consequências adversas e não resolver o problema. Na minha opinião, as seguintes ações não são adequadas:

??? ???? (“?? ???? ????”). Esse projeto não aborda o marketing de influência e focar apenas nas plataformas não mudará as práticas do setor.

? ?? ???? (“????????çã? ?? ????????? ?????????????”). Propostas de “acordos de barganha” não ajudarão pequenas empresas a melhorar suas práticas.

? “????? ?? ??????”. A tese do PL 2630 e do STF aumenta a insegurança com conceitos subjetivos e não ataca questões já previstas na legislação.

? ????????????? ? ????????? ? ? ?????????? Tipificar crimes com penas rígidas não soluciona problemas sociais profundos (se fosse assim, teríamos resolvido o tráfico de drogas no país).

?Não é hora de ser superficial, mas sim de pensar em uma política pública de inclusão e letramento digital crítico. Temas complexos exigem respostas complexas. Aqui estão algumas sugestões:

? ?????çã? ??????????. A SECOM desenvolveu recentemente uma consulta sobre o tema – o primeiro sinal de uma política pública do tipo no Brasil, e é preciso incluir também os influenciadores nessa discussão.

? ?????????? ?????????? ??? ??????????. É necessário incluir esse conteúdo nos currículos nacionais.

? ?????? ??? ??????????????. Políticas de trust & safety não deveriam ser cobradas somente de plataformas, mas também de anunciantes, que são fonte de legitimização de influenciadores.

? ?????????? ?? ?????????????ç?. Investir em instituições capazes de realizar investigações complexas e bloqueios em nível infraestrutural para acelerar a detecção de fraudes massivas e esquemas criminosos.

Espero que o Congresso e o Executivo enfrentem esses desafios com seriedade. Não devemos cair em soluções superficiais e virais. Não é hora de lacração: política pública não deve ser medida em likes e visualizações.

[Reprodução de post publicado por Pedro Henrique Ramos no LinkedIn. Professor of internet studies | Partner at b/luz. Opiniões de terceiros não necessariamente correspondem ao posicionamento do Conselho Digital. Fonte: bit.ly/3GV1Qgm]

Category

1. Nas Redes

Tags

1. cnn
2. influenciadores
3. redes sociais

Date

08/09/2024

Date Created

26/12/2023