

Código Confianza

Una cuestión de confianza: Un sencillo código para añadir transparencia a la información online

COMUNICA CON TRANSPARENCIA

Aplicando el Código Confianza los bloggers, editores y comunicadores, pueden informar con transparencia, asegurándose de que la audiencia pueda distinguir en todo momento el nivel de independencia del informador respecto de la información transmitida, y garantizando que los consumidores reciban los mensajes publicitarios con el nivel de protección adecuada.

Además, en el caso de bloggers y editores con residencia en España, la aplicación correcta del Código Confianza les permite el cumplimiento de las [Leyes de Publicidad de 1988 y 2009](#).

Comprueba cuál de las situaciones se ajusta mejor a la propuesta de colaboración, y asegúrate de informar adecuadamente a tus lectores, por este medio, o por cualquier otro medio que sea de tu preferencia.

Consulta estos ejemplos, para ver situaciones correctas de aplicación del Código Confianza, en un [blog](#), en [Facebook](#), en [Twitter](#).

Si decides aprovechar el sistema Código Confianza, utiliza los links que encontrarás en cada caso, para acudir a la página oficial Código Confianza, y copiar y pegar los códigos correspondientes.

Código Confianza C3C PRUEBA **C3C Prueba.** “Para la elaboración de este contenido, he recibido muestra(s) de(los) producto(s) o servicio(s) mencionado(s), que ocasionalmente podré conservar por voluntad del representante de la marca.”

Para insertar los códigos correspondientes en tu página, [clica](#).

Código Confianza C4C MUESTRA **C4C Muestra.** “Para la elaboración de este contenido, he recibido muestras de(los) producto(s) o servicio(s) mencionado(s), que puedo conservar en el futuro, por voluntad del representante de la marca.”

Para insertar los códigos correspondientes en tu página, [clica](#).

Código Confianza C5C INCENTIVO **C5C Incentivo.** “Por la elaboración de este contenido, he recibido o puedo recibir en el futuro algún tipo de incentivo no económico (muestras, productos) por parte de los representantes de la marca.”

Para insertar los códigos correspondientes en tu página, [clica](#).

Código Confianza C6C RETRIBUCIÓN **C6C Retribución.** “La publicación de este contenido, con independencia del interés informativo, constituye una colaboración de carácter comercial, y por ella he recibido un pago por parte de los representantes de la marca.”

Para insertar los códigos correspondientes en tu página, [clica](#).

Código Confianza C7C AFILIACIÓN **C7C Afiliación.** “Este contenido incluye enlaces a páginas informativas, de venta de producto o de actividades, y puedo percibir ingresos vinculados a realización de compras realizadas en esos sitios.”

Para insertar los códigos correspondientes en tu página, [clica](#).

EJEMPLO DE APLICACIÓN EN BLOG

Hemos preparado un blog de ejemplo, [MODA EN MARTE\(S\)](#), para que veas cómo puedes aplicar los códigos a tus blog. En primer lugar vemos un [post](#), por el que hemos recibido como atención un regalo de una muestra de producto, así que lo comunicamos al lector con la frase:

“Este post ha sido redactado según el [Código de Confianza C4C](#)”.

Como ves, cuando el lector [clica](#) en el enlace, es dirigido automáticamente a la página en la que se explican las condiciones de la redacción de posts C4C.



Además, si lo deseas, puedes poner en el lateral (o en el pie) del blog, la declaración “Este blog cumple el Código Confianza” con el sello [COC](#), que remite a las especificaciones generales que cumple el blog.

EJEMPLO DE APLICACIÓN EN FACEBOOK

Si tienes una página en una red social en la que ocasionalmente escribes mensajes patrocinados, incluye links al Código Confianza para aclarar a tus lectores la relación que mantiene con las marcas, empresas, o productos mencionados:

Si has recibido una atención, o algún tipo de incentivo no económico, para cumplir con el Código Confianza, al final de la mención, añadimos:

(Código de Confianza C5C <http://bit.ly/incentivo>)

Si has recibido, o puedes recibir, algún tipo de retribución económica

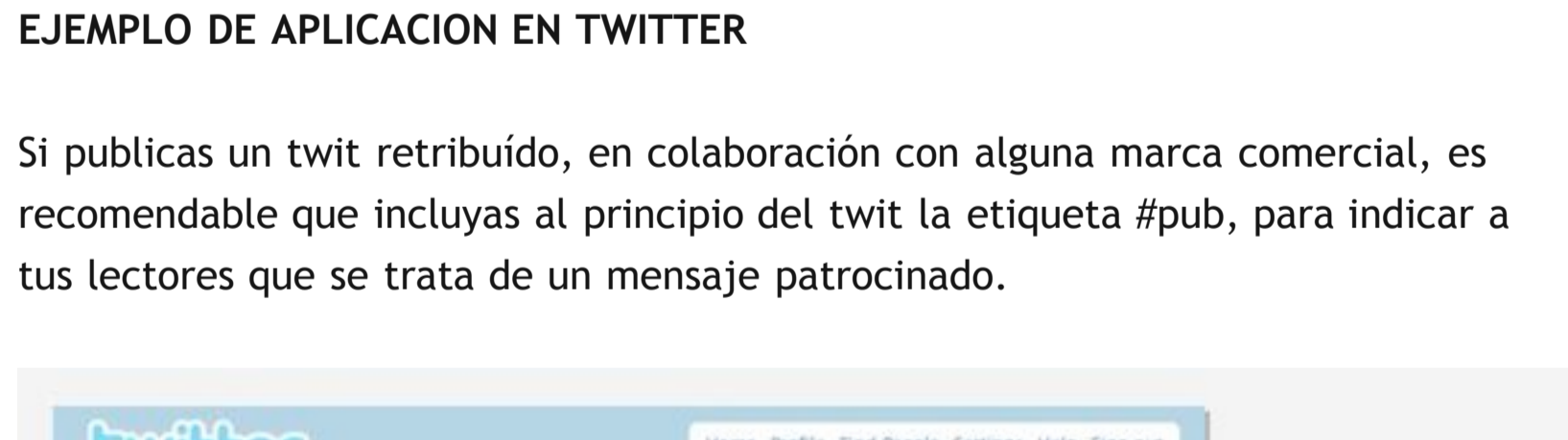
(Código de Confianza C6C <http://bit.ly/retribucion>)

Aquí vemos un ejemplo de una mención en nuestra página de Facebook, realizada en colaboración con una marca comercial (el ejemplo es hipotético).



EJEMPLO DE APLICACION EN TWITTER

Si publicas un tweet retribuido, en colaboración con alguna marca comercial, es recomendable que incluyas al principio del tweet la etiqueta #pub, para indicar a tus lectores que se trata de un mensaje patrocinado.



Además, es recomendable que antes de empezar a escribir tweets patrocinados, escribas un tweet informativo a tus seguidores de este tipo de intervenciones:



Si lo prefieres, puedes incluir un link abreviado en tu comunicación, para aclarar a tus lectores la relación que mantiene con las marcas, empresas, o productos mencionados:

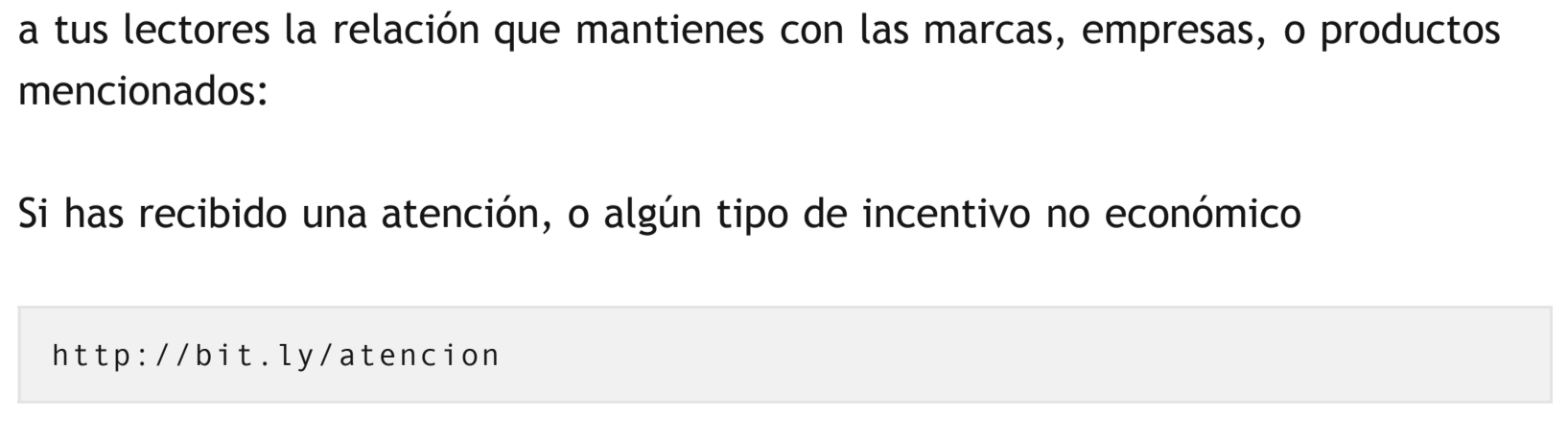
Si has recibido una atención, o algún tipo de incentivo no económico

<http://bit.ly/atencion>

Si has recibido, o puedes recibir, algún tipo de retribución económica

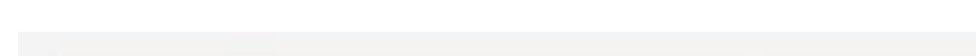
<http://bit.ly/retribucion>

Aquí tienes un ejemplo:



Y recuerda que aplicar un método como Código Confianza es la manera más eficaz de preservar la reputación de tu medio online, y de reforzar las relaciones de lealtad y confianza con tus lectores.

[Compártelo](#)



PRESENTACIÓN DE CÓDIGO CONFIANZA

Con este sencillo método los bloggers, editores y comunicadores pueden informar con transparencia, asegurándose de que la audiencia pueda distinguir en todo momento el nivel de independencia del informador respecto de la información transmitida y garantizando que los consumidores reciban los mensajes publicitarios con el nivel de protección adecuada.

DECLARACIÓN DE CÓDIGO CONFIANZA

El autor del sitio web suscriptor del Código Confianza se compromete a informar al lector de las relaciones con las marcas, empresas o entidades citadas, cuando dicha relación pueda condicionar, por su naturaleza, la información u opiniones acerca de las mismas, es decir: el haber percibido retribución económica, o en especie, o atenciones especiales, o la existencia de relaciones de parentesco, amistad personal, relación profesional o societaria, o relaciones de competencia. En esos casos se informa de dicha relación en el propio post, siguiendo los criterios de [CODIGO CONFIANZA](#), y especificando las características de la relación. Cuando no se especifique lo contrario, los contenidos de este medio siguen el criterio [COC Básico](#).

LEGISLACIÓN Y CÓDIGOS DE CONDUCTA

[Ley de la Publicidad 2009](#)

[Ley de la Publicidad 1988](#)

[Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol Advertising and Marketing Communication Practice Consolidated ICC Code](#)

[Directrices de la Federal Trade Commision](#)

INSERTA LOS CÓDIGOS (PASO A PASO)

[COC Básico](#)

[C1C Relación](#)

[C1E Competidor](#)

[C2C Atención](#)

[C3C Prueba](#)

[C4C Muestra](#)

[C5C Incentivo](#)

[C6C Retribución](#)

[C7C Afiliación](#)

[C8C Asociado](#)