

Diretrizes para publishers parceiros da Criteo

A Criteo opera por meio de uma rede de supply da mais alta qualidade. Por essa razão, os parceiros de supply da Criteo (“Publishers”) sempre devem aderir e seguir estas diretrizes.

Além disso, os Publishers da Criteo devem assegurar-se de que seus sites estão em conformidade com as leis e os regulamentos aplicáveis, incluindo as leis e os regulamentos de proteção e privacidade de dados aplicáveis. “Sites” incluem páginas da web, apps mobile e qualquer outra fonte de inventário de publicidade fornecida a Criteo pelo Publisher. Para saber mais sobre as suas obrigações relacionadas às informações dos usuários e à coleta de consentimento, clique [aqui](#).

A lista de tópicos a seguir não é completa, e a Criteo reserva-se o direito de rejeitar ou remover Publishers ou Sites da rede da Criteo a exclusivo critério. A Criteo reserva-se o direito de detalhar, modificar ou atualizar esta política a qualquer momento. A Criteo postará essas alterações diretamente nesta página.

1. Restrições de Conteúdo

Os sites não devem incluir os seguintes conteúdos:

1.1 Incentivos Comerciais e Determinados Serviços Financeiros

Isso inclui, mas não se limita a conteúdos que:

- Incentivam enganosamente os usuários a clicarem em ofertas de terceiros não associadas ao conteúdo do site.

- Fornecem incentivos aos usuários em troca de cliques em anúncios, por exemplo, para acessar conteúdo restrito ou obter moeda virtual, inclusive tokens ou créditos de games.
- Promovem ou facilitam esquemas de Ponzi, esquemas de pirâmide, esquemas de enriquecimento rápido, ofertas de dinheiro ou outras oportunidades semelhantes e legalmente questionáveis de ganhos financeiros.
- Promovem ou facilitam programas de consultoria financeira que anunciam retornos exagerados ou fornecem “garantias” de retorno financeiro.
- Promovem ganhos financeiros sem riscos (por exemplo, “Sem riscos!”, “Garantido!”, “Fique rico agora!”, “Dinheiro na hora!”, “Seja um milionário!”, “Rápido e Fácil!”, “Comece a ganhar hoje mesmo!”).
- Fornecem informações sobre evasão fiscal, lavagem de dinheiro ou outras atividades financeiras ilegais.

1.2 Assédio, Discurso de Ódio e Violência

Isso inclui, mas não se limita a conteúdos que:

- Fomentam discurso de ódio ou discriminatório em relação a quaisquer grupos ou indivíduos, com base em raça, sexo, nacionalidade, associação religiosa, idade ou orientação sexual.
- Dirigem difamações ou ameaças a quaisquer grupos ou indivíduos.
- Promovem cassação ou assédio a grupos ou indivíduos.
- Promovem grupos de ódio, incluindo grupos que declaram supremacia com base em raça, sexo, nacionalidade, afiliação religiosa, idade ou orientação sexual.
- Promovem, glorificam ou aprovam violência contra terceiros.
- Fornecem informações a respeito ou defendem o suicídio ou outras formas de autoflagelação.

1.3 Sites para Crianças

Isso inclui Publishers ou Sites que:

- São destinados a crianças abaixo da idade legal para a obtenção de consentimento da coleta de informações pessoais, conforme definido pela lei aplicável.
- Exibem anúncios da Criteo a usuários que o Publisher está ciente de que são crianças abaixo da idade legal para a obtenção de consentimento da coleta de informações pessoais, conforme definido pela lei aplicável.

1.4 Conteúdo Adulto, Nudez, Pornografia e Encontros Sexuais

Isso inclui, mas não se limita a conteúdos que:

- São sexualmente explícitos ou pornográficos por natureza.
- Incluem nudez, vídeos e/ou imagens de pessoas em posições sexualmente sugestivas ou provocadoras.
- Promovem ou facilitam o sexo por dinheiro.
- Incluem imagens de desenhos animados com sexo explícito, como hentai ou ecchi.
- Fazem referência a fetiches, estimulantes sexuais ou brinquedos eróticos.
- Incluem textos sexualmente sugestivos, como piadas, contos eróticos e descrições de atos sexuais.
- Incluem linguagem violenta ou profanação excessiva.
- Exibem um aviso “18 USC 2257” (conteúdo adulto).
- Contêm imagens de pessoas vestindo roupas transparentes.

- Fornecem orientação sobre desempenho sexual ou doenças sexualmente transmissíveis (DSTs).

1.5 Conteúdo Chocante, Ofensivo ou Fraudulento

Isso inclui, mas não se limita, a conteúdo intencionalmente criado para chocar ou horrorizar o usuário ou para gerar atenção por meio de declarações deliberadamente enganosas ou grotescas.

Isso inclui, mas não se limita a conteúdos que:

- Compartilham inverdades ou falsidades.
- Contêm linguagem ou imagens violentas, desrespeitosas, vulgares ou explícitas.
- Exibem “NSFW” (*Not Safe for Work*, “Não seguro para o trabalho” – sigla utilizada na internet como alerta para conteúdos impróprios para visualização em locais públicos ou no local de trabalho) ou “NMS” (*Not Mind Safe*, “Perturbador” – sigla usada para conteúdo extremamente perturbador). Ambas as siglas indicam conteúdo que é criado para causar repulsa, desgosto ou repelir o usuário.
- Incluem o uso deliberado de declarações fraudulentas ou incorretas, ou declarações enganosas com a finalidade de atrair tráfego (por exemplo, “clickbaitings” ou “isca de cliques” – conteúdos de natureza sensacionalista ou provocativa para chamar a atenção para determinada página da web).
- Promovem produtos ou serviços relacionados a astrologia, psiquismo ou efeitos paranormais, com declarações de garantia de resultados ou precisão.

1.6 Álcool, Tabaco, Drogas Ilícitas e Similares

Isso inclui, mas não se limita a conteúdos que:

- Facilitam ou promovem o uso de cigarros, cigarros eletrônicos, dispositivos vaping, charutos, cigarrilhas, cachimbos, papéis para enrolar, tabaco sem fumaça.
- Destacam o consumo excessivo de álcool.
- Promovem substâncias (incluindo substâncias que podem ser legais de acordo com a lei local) que produzem um “barato” ou, de outra forma, alteram o estado mental, com fins recreativos. Exemplos: cocaína, sálvia, kratom, metanfetamina, heroína, maconha, substitutos da cocaína, mefedrona, drogas legais sintéticas (também conhecidas como “legal highs”).
- Promovem ou facilitam o uso recreativo de drogas, inclusive drogas medicinais, como a maconha, mesmo em jurisdições que permitem tal uso de acordo com as leis locais. Isso inclui conteúdo relacionado a cachimbos, bongs ou cafeterias em que o consumo de maconha é permitido.
- Fornecem instruções sobre produção, compra ou uso recreativo de drogas.
- Incluem dicas ou recomendações sobre o uso de drogas.

1.7 Jogos de Azar

Isso inclui, mas não se limita a, sites com produtos relacionados a jogos de azar para ganhar dinheiro real.

Loterias, sorteios ou outro material promocional são permitidos quando os prêmios são distribuídos sem cobrança monetária para os participantes entrarem. Mesmo assim, esses Sites devem estar em conformidade com todas as leis aplicáveis.

1.8 Armas de Fogo e Armas em Geral

Isso inclui, mas não se limita a conteúdos que:

- Promovem ou facilitam a venda de munição, armas de fogo, rifles, armas de ar comprimido, explosivos, bombas, fogos de artifício, facas ou armas de qualquer tipo.

- Ensinam a fazer bombas ou outros explosivos, ou fornecem instruções explícitas de como ferir ou matar.

1.9 Atividade Ilegal

Inclui qualquer conteúdo que não esteja em conformidade com todas as leis aplicáveis, incluindo, mas não se limitando a, sites que contêm, promovem ou de outra forma facilitam:

- Downloads ilegais, P2P (programas “peer-to-peer” ou “ponto a ponto”) ou outras formas de compartilhamento de arquivos.
- Conteúdo com tráfico humano ou prostituição.
- Conteúdo com vendas de produtos ou serviços ilícitos.
- Criação ou obtenção de documentos fictícios ou falsos, como passaportes, RG ou CPF.
- Informações ou produtos para aprovar testes de drogas.
- Violações ou acessos ilegais a computadores ou sistemas.
- Violação de direitos de propriedade intelectual de terceiros (como violação de direitos autorais).
- Violação de leis de privacidade.
- Moedas ou mercadorias falsificadas.

2. Anúncios Nativos

Qualquer formato de anúncio nativo exibido no seu Site deve estar claramente marcado como anúncio. Os anúncios nativos devem ser claramente identificados do restante do conteúdo do Site e incluir o seguinte texto claramente visível: “Promoted”, “Sponsored”, “Ad” ou uma versão traduzida do mesmo (“Promovido”, “Patrocinado”, “Anúncio”). Em conformidade com os novos princípios autorreguladores do setor, estabelecidos pela Digital Advertising Alliance (DAA), a Criteo requer que todos os anúncios nativos exibam o ícone AdChoices ou um ícone semelhante de informações de privacidade, bem como a região de clique redirecionando para a página de privacidade da Criteo. O

ícone deve ter, no mínimo, 20x20 pixels e pode ser colocado em qualquer um dos quatro cantos do anúncio.

3. Diretrizes para Ad Placement

3.1 Diretrizes Gerais para Ad Placement

Os anúncios não devem ser posicionados muito perto nem abaixo de botões, nem de qualquer outro objeto de tal forma que o posicionamento interfira na interação típica do usuário com o conteúdo ou as funcionalidades do Site. Em particular:

- Os anúncios não devem ser posicionados em um local que cubra ou oculte qualquer área que o usuário tenha interesse de ver durante a interação típica com o Site.
- Os anúncios não devem ser posicionados em áreas onde os usuários clicam ou colocam por engano seus dedos sobre a tela (no app) sem a intenção de clicar no anúncio.
- Os anúncios não devem ser posicionados em uma tela “dead end” (sem saída). Deve haver uma forma de sair do Site sem precisar clicar no conteúdo do anúncio (por exemplo, um botão “voltar” ou de “menu”).
- Os anúncios não devem ser posicionados, gerados nem ter permissão para execução na tela de fundo do dispositivo.
- Os anúncios não devem ser iniciados antes que o Site seja aberto nem depois que o Site tiver sido fechado.
- Deve estar claro para o usuário ao qual Site o anúncio está associado e também em qual Site o anúncio foi implementado.
- Todos os anúncios e ad placements gerados pelo seu Site devem permanecer unicamente no ambiente do Site, incluindo as áreas “widgetizadas” do Site.

- Os anúncios e ad placements gerados pelo seu Site não devem interferir em outros sites, anúncios nem na operação do dispositivo, incluindo, sem limitação, a funcionalidade do sistema operacional, dos botões e das portas.
- Os anúncios não devem ser posicionados de modo que interfiram na visualização, navegação ou interação com o conteúdo ou funcionalidade central do Site.
Exemplo: um anúncio intersticial acionado toda vez que o usuário clica dentro do Site.
- Os anúncios não devem ser posicionados em telas não destinadas a conteúdo, como telas de agradecimento, erro, login ou saída, o que pode levar o usuário a pensar erroneamente que os anúncios são parte do conteúdo real. Essas são as telas que os visitantes poderão ver depois de iniciar o Site, possivelmente antes de sair do Site ou depois de executar uma ação específica na tela, como uma compra ou download.

Observe que anúncios intersticiais são permitidos no ambiente in-app e quando em conformidade com as diretrizes da Criteo para anúncios intersticiais in-app (confira abaixo).

3.2 Anúncios Pop-up, Intersticiais Proibidos e Outros Anúncios Disruptivos

Os publishers não devem exibir anúncios confusos ou disruptivos à experiência do usuário, incluindo, mas não se limitando a:

- Anúncios Posticiais (com ou sem contagem regressiva): esses anúncios são exibidos depois que o usuário clica em um link, forçando o usuário a fechar o anúncio ou aguardar alguns segundos antes que possa continuar para outra página.
- Anúncios Presticiais (com ou sem contagem regressiva): esses anúncios são exibidos em uma página web ou mobile antes de o conteúdo ser carregado,

forçando o usuário a fechar o anúncio para continuar para o conteúdo ou aguardar alguns segundos antes que possa continuar para o conteúdo.

- Anúncios Pop-up (Sobre, Sob ou de Saída): esses anúncios surgem na tela do usuário e cobrem o conteúdo principal do site, bloqueando o acesso até o anúncio ser fechado.
- Anúncios Automáticos Expansíveis: esses anúncios se expandem automaticamente sem nenhuma ação ou engajamento do usuário (por exemplo, clique, toque).

3.3 Sticky Footers ou Rodapés Fixos (Mobile Web)

Os anúncios desse tipo “grudam” na parte inferior da página mobile, mesmo se o usuário estiver rolando a página. Os publishers podem usar anúncios “sticky footers” nas seguintes circunstâncias:

- Devem incluir um botão de fechamento claramente identificável caso o usuário deseje ignorá-lo.
- O botão Fechar deverá ter um tamanho suficiente para evitar cliques acidentais ou não intencionais no anúncio, como problemas com “dedos gordos”.
- O botão Fechar deve ser posicionado separadamente do conteúdo do anúncio para evitar cliques acidentais no anúncio.
- O anúncio não deve ocupar mais de 30% da altura vertical da porção do conteúdo principal da tela.

3.4 Cliques Incentivados ou Premiados

- Os publishers podem oferecer aos usuários a oportunidade de ver anúncios em troca de recompensas ou incentivos, mas somente se o usuário não for forçado ou incentivado a interagir com o anúncio, como um clique incentivado.
- Os publishers não devem, direta ou indiretamente, oferecer incentivos aos usuários em troca de cliques nos anúncios, nem fazer uso de mecanismos ou prêmios monetizáveis para incentivar cliques.

4. Diretrizes Adicionais para Apps Mobile

4.1 Densidade do Anúncio

Os apps não devem exibir anúncios que ocupem mais de 30% da altura vertical da porção do conteúdo principal da tela. A regra dos 30% aplica-se a anúncios “sticky”, a anúncios in-line (anúncios de linha) e a anúncios de tela cheia durante a rolagem da página (requerem que o usuário role o anúncio para ver o conteúdo). Exceções são permitidas para anúncios intersticiais, caso estejam em conformidade com as diretrizes da Criteo para anúncios intersticiais.

4.2 Permissões de Apps, Apps Fora das Lojas Oficiais

- Os anúncios da Criteo não devem ser exibidos em apps obtidos de outras fontes que não as lojas oficiais (Apple App Store e Google Play Store).
- Os anúncios da Criteo não devem ser exibidos em apps removidos das lojas oficiais (Apple App Store e Google Play Store).

- Caso um app seja removido da loja em razão de dúvidas quanto às permissões do app, o Publisher não deverá veicular anúncios da Criteo até o app ser revisado e restaurado na loja.

4.3 Anúncios na Tela de Bloqueio e Anúncios Ativos Fora do Ambiente do App

A menos que o Site seja um app explicitamente anunciado como uma ferramenta de tela de bloqueio, os Publishers não poderão exibir anúncios na tela de bloqueio do dispositivo do usuário, nem, de outra forma, utilizar recursos para monetizar a tela de bloqueio.

4.4 Intersticiais Aceitáveis (Apenas In-App)

Anúncios intersticiais in-app são anúncios de tela inteira que aparecem nas fases naturais de transição do app, como ao pausar um game, antes ou depois de exibir os resultados de um game, ou entre duas atividades diferentes dentro do app.

Os Publishers de apps podem usar anúncios intersticiais somente se estiverem em conformidade com o seguinte:

- Os anúncios intersticiais devem incluir um botão Fechar claramente identificável que permita aos usuários ignorar o anúncio e retornar ao app.
- O botão Fechar deve ter um tamanho suficiente e estar posicionado separadamente do conteúdo do anúncio para evitar cliques acidentais de “dedos gordos”.
- Os anúncios intersticiais só podem ser exibidos dentro do ambiente do app.
- Os anúncios não devem ser exibidos de modo que resultem em cliques inadvertidos ou não intencionais.

5. Diretrizes para a qualidade do tráfego

A qualidade do tráfego é de extrema importância para a Criteo e exigimos que os Publishers abstenham-se das seguintes práticas:

5.1 Cliques, Instalações, Atribuições e Conversas Inválidos

Atividade inválida inclui cliques, impressões, conversões, instalações ou atribuições inválidas que são gerados sem a intenção legítima do usuário e que podem inflar artificialmente os custos do anunciante ou os ganhos do publisher. Atividades inválidas incluem tráfego fraudulento, bem como impressões, cliques, atribuições e instalações acidentais. Os publishers ficam proibidos em relação a todas as formas de atividade inválida, como detalhado abaixo, e os Sites não devem conter código que gere solicitações artificiais de bid, impressões, cliques, installs ou atribuições.

Atividades inválidas incluem, mas não se limitam a:

5.1.1 Cliques Inválidos:

Os cliques em anúncios da Criteo devem resultar de um usuário humano com interesse genuíno. Qualquer método ou mecanismo que gere cliques ou impressões de modo artificial é rigorosamente proibido, incluindo, mas não se limitando ao seguinte:

- Cliques gerados por publishers que clicam nos próprios anúncios.
- Cliques repetidos na mesma ad unit.
- Publishers que encorajam os usuários a clicarem nos próprios anúncios (exemplos: qualquer linguagem que encoraje os usuários a clicarem em anúncios; implementações de anúncios que possam causar um grande volume de cliques)

acidentais; prêmios ou incentivos monetários ou não monetários em troca de cliques, etc.).

- Uso de ferramentas automatizadas de cliques ou fontes de tráfego, robôs, outros softwares mal-intencionados, spam de cliques ou injeção de cliques.
- Uso de qualquer outro mecanismo artificial usado para gerar ou inflar cliques.

5.1.2 Instalações e Atribuições Inválidas

Na Criteo, consideramos que ocorre uma instalação quando o usuário abre o app pela primeira vez depois de tê-lo baixado em uma loja oficial de apps. Uma app install (ou instalação de app) e sua atribuição deve ser o resultado de uma atividade legítima do usuário. Os publishers não devem usar, direta ou indiretamente:

- Mecanismos destinados a obter artificialmente o crédito pela atribuição de app install.
- Mecanismos ou práticas destinadas a capturar tráfego orgânico, obter o crédito por um usuário ou inflar o valor do usuário, como um spam de cliques ou injeção de cliques.
- Mecanismos destinados a gerar instalações que não são o produto do interesse legítimo do usuário, como simulações em dispositivos emulados (user spoofing) ou por meio de solicitações falsas (SDK spoofing)
- Mecanismos destinados a obter o crédito artificialmente pela atribuição de uma app install, como sequestro de instalação (install hijacking), sequestro de clique (click hijacking), SDK spoofing, spam de cliques, injeção de cliques ou inundação de cliques (click flooding).

5.2 Renderização de Anúncio

- Injeção de Anúncios – Os publishers são rigorosamente proibidos de usar mecanismos de injeção de cliques para renderizar ou substituir anúncios no site de um publisher ou de um anunciante.
- Anúncios Ocultos – Anúncios que não são visíveis aos olhos humanos por diferentes fatores: tamanho, cor, opacidade ou outro motivo.
- Anúncios Empilhados – Anúncios que são renderizados uns sobre os outros com a finalidade de gerar várias impressões de anúncios a cada solicitação de bid.
- Pré-renderização do navegador – Os publishers não devem fazer chamadas de anúncio antes de renderizar o anúncio sem renderizar o anúncio real.
- Os publishers não devem adquirir tráfego e impressões por meio de atividade maliciosa ou enganosa (instalações de barras de ferramentas, malware, adware etc.).
- Atualização Automática – Os publishers não devem usar ferramenta de atualização automática de anúncios, exceto mediante a permissão expressa da Criteo. Reservamo-nos o direito de remover a permissão a qualquer momento.

5.3 Manipulação de Informações Pessoais

Os publishers não devem, direta ou indiretamente:

- Ocultar, manipular ou alternar o endereço IP original do usuário.
- Ofuscar ou alterar o id do dispositivo (device_id) ou informações pessoais.
- Criar ou gerar um id do dispositivo (device_id) virtual ou informações pessoais.

5.4 Manipulação de Agente de Usuário (Useragent)

Os publishers não devem, direta ou indiretamente, disfarçar, modificar, alternar ou manipular de maneira alguma a string user-agent.

5.5 Abuso de Cookies

- Excesso de cookies – Os publishers estão proibidos de capturar cookies com a intenção de inseri-los em um cache de navegador ou em uma transação http para simular que um usuário legítimo visitou o domínio de um anunciante ou publisher.
- Qualquer forma de manipulação de rastreadores da Criteo (cookies) é estritamente proibida, não importa o motivo.

5.6 Manipulação de Cabeçalhos HTTP

A manipulação de campos de cabeçalho HTTP é estritamente proibida.

5.7 Manipulação de Leilões

Os publishers não devem tentar interferir, abusar ou de outra maneira buscar uma vantagem desleal no leilão de impressão de anúncios, incluindo, sem limitação:

- Fazer chamadas repetidas dos anúncios da Criteo para uma única impressão.
- Usar mecanismos ou códigos que gerarão múltiplas exibições de anúncios a partir de uma única resposta de bid da Criteo.
- Usar mecanismos ou códigos que possam interferir ou prejudicar a integridade ou a performance do código da Criteo.

5.8 Manipulação de URL, Domínio e ID do App (Bundle ID)

- “Domain Spoofing”- Os publishers estão proibidos de fazer spoofing (falsificar) ou alterar as seguintes informações: URL da página, domínio, ID do app, bundle ID.
- Os publishers não devem ofuscar, alterar ou deturpar o código-fonte, o domínio, o app_id nem a URL.

5.9 Fontes de Tráfego Proibidas

Os publishers não devem usar fontes proibidas de tráfego para gerar impressões de anúncios da Criteo. Fontes proibidas incluem:

- Tráfego gerado por atividade iniciada por máquina ou navegadores não legítimos, incluindo, mas não se limitando a:
 - Botnets ou crawlers;
 - Farms de tráfego (traffic farms), data centers, servidores hospedados em instalações de hospedagem ou de colocalização de dados;
 - Máquinas virtuais (hospedadas em um servidor ou em um ambiente virtualizado);
 -
- Adware/Malware – Tráfego gerado por chamadas de anúncio em impressões ou cliques por software que não um navegador legítimo.
- Tráfego de proxy – Tráfego roteado via servidores proxy em que a origem do tráfego é mascarada, incluindo, sem limitação, proxies anônimos, como Tor.
- Tráfego de países ou regiões sujeitos a sanções pelo Escritório de Controle de Ativos Estrangeiros (OFAC, Office of Foreign Assets Control) dos EUA ou por qualquer outro órgão regulador aplicável.

5.10 Design de Site Malicioso e Práticas Enganosas

Os publishers e respectivos Sites não devem, direta ou indiretamente:

- Arbitrar ou fazer chamadas de anúncio em “daisy chain” (conexão em margarida), resultando em tempos de carregamento significativos e anormais, renderização ou consumo anormal de software/hardware do computador.
- Gerar impressões que contornem escolhas explícitas do consumidor (por exemplo, bloqueios).
- Mudar as preferências do usuário ou as configurações do navegador.
- Iniciar downloads sem o claro consentimento do usuário.
- Redirecionar o usuário automaticamente para outra página sem o prévio consentimento dele.
- Confundir ou desorientar intencionalmente os usuários.
- Usar conteúdo restrito (“gated content”) em aplicativos mobile.
- Forçar downloads para acesso de conteúdo (por exemplo, barras de ferramentas e qualquer tipo de software ou código que deva ser utilizado no dispositivo do usuário).
- Conter, distribuir ou promover adware, spyware, aplicativos P2P, malware, vírus, worms, cavalos de Troia ou outros códigos maliciosos de computador.

Atualizado em janeiro de 2020

Versão anterior disponível [aqui](#).