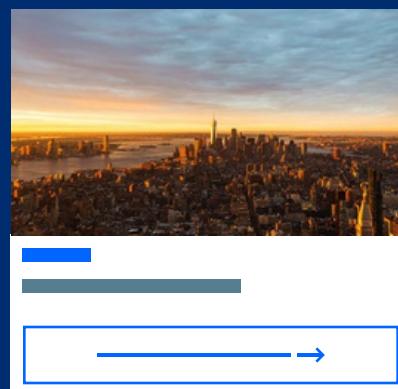
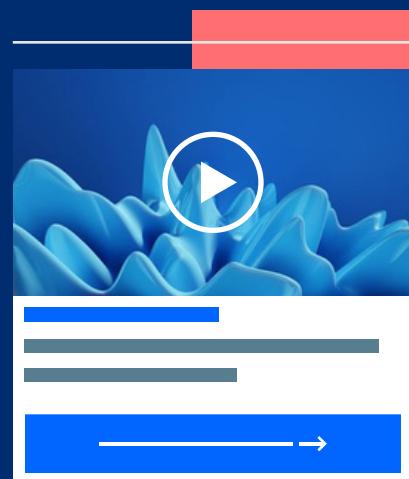


# Plataforma Global de Publicidade

Diretrizes de publicidade e  
políticas de aceitação



PT

# Sumário

---

## 1. Diretrizes básicas da campanha

---

## 2. Categorias

---

### 2.1. Notícias e websites

### 2.2. Marcas e filiais

---

## 3. Políticas de conformidade de conteúdo

---

### 3.1. Conteúdo

#### 3.1.1. Conteúdo proibido

#### 3.1.2. Conteúdo restrito

### 3.2. Práticas

#### 3.2.1. Práticas proibidas

#### 3.2.2. Práticas restritas

### 3.3. Rankings de

### conteúdo

---

## 4. Diretrizes criativas

---

### 4.1. Orientações para miniaturas

### 4.2. Orientações gerais

### 4.3. Classificações criativas

### 4.4. Práticas criativas proibidas

### 4.5. Melhores práticas criativas

---

## 5. Fluxo de moderação

---

---

## 6. Resumo criativo do pedido

---

# 1. Diretrizes básicas da campanha ≡

A **MGID** fornece distribuição de conteúdo dentro de várias categorias e rankings. Isso permite que os anúncios atendam aos requisitos de cada site em que são exibidos.

Cada anúncio é moderado separadamente. A categoria e a classificação dependem do design real de cada unidade de anúncio em particular (p. ex., duas categorias diferentes podem ser aplicadas para o mesmo site de notícias).

## Formas de distribuição de conteúdos que correspondem aos tipos de campanha:

● **Promoção de Produtos** —  
publicidade de produtos ou serviços com a intenção de gerar vendas e desenvolver a marca.

● **Promoção de Conteúdo**—  
publicidade da um artigo sobre um site que tem informativo, entretenimento ou valor persuasivo sem a tentativa para vender qualquer produto ou serviço.

● **Search feed** —  
promoting result feeds of specific keywords on search engines (Google, Bing, Yahoo, etc.).

# 2. Categorias



## → 2.1. Notícias e sites

### T1 Automotive

#### Significado Geral

Estilos de carros automóveis, shows de automóveis, tecnologia, tipos de automóveis, cultura de carros, ajuste automático, vídeos de câmera de traço, motocicletas, assistência na estrada.

### T1 Business and Finance

#### Significado Geral

Dicas sobre como ter sucesso, ganhar dinheiro, escolher alternativas financeiras, histórias de sucesso, dicas e truques de orçamento, artigos de negócios, mercado de ações, notícias de finanças de última hora

### T1 Careers & Education

#### Significado Geral

Estágios e aconselhamento de carreira, planejamento de carreira, busca de emprego, entrevistas, habilidades vocacionais, construção de equipe de escritório

### T1 Education

#### Significado Geral

Assuntos escolares, conteúdo educacional, fóruns, blogs, dicas e tutoriais, apresentações, revisões de escolas e universidades, MBA, IELTS, GMAT

### T1 Events and Attractions

#### Significado Geral

Últimas notícias sobre o que está acontecendo em todo o mundo, tradições, leis, atividades sociais, vida social, galerias de fotos

### T1 Family and Relationships

#### Significado Geral

Relacionamentos entre pessoas: namoro, casamentos, uniões civis, divórcio, casamento, amizades, questões de gênero, orientação sexual, irmãos, família extensa, infidelidade.

Questões sobre relações sexuais entre dois adultos: dicas, questões embarracosas, como fazer.

Dicas para pais.

### T1 Fine Art

#### Significado Geral

Traje, dança, design, artes digitais, fotografia de belas artes, arte moderna, ópera, performance art, teatro, escultura

### T1 Food and Drink

### T2 Alcoholic Beverages

#### Significado Geral

Comparações de marcas, receitas, cerveja, história

### T2 Cooking

#### Significado Geral

Churrascos e grelhados, jantar fora, tendências alimentares, cozinhar e comer saudável, cozinhar e assar, dietas especiais (veganas, vegetarianas), cozinhas mundiais, preparação de alimentos, receitas, comentários de produtos

### T1 Healthy Living

### T2 Fitness and Exercises

#### Significado Geral

Benefícios, aeróbica, levantamento de peso, corrida, natação, ciclismo, academias

### T2 Nutrition

#### Significado Geral

Alimentação saudável, benefícios, planos de dieta, limpa

### T2 Wellness

#### Significado Geral

Yoga, massagem, reiki, mindfulness, psicologia, problemas e condições de saúde, sintomas, meditação

### T1 Hobbies and Interests

Conceitos chocantes ou difíceis de acreditar, fatos surpreendentes, vídeos virais, galerias de fotos;

Descobertas e inovações;

Histórias ou conteúdos com a intenção de entreter, questionários online não educativos, testes de personalidade;

Notícias e comentários globais relevantes e dignos de nota a nível mundial, não específicos de uma única região ou país;

Histórias cômicas, conteúdo divertido, piadas, animais engraçados;

Passatempos específicos, astrologia, horóscopos, caligrafia, campismo, recolha, tricot e outros passatempos e interesses;

Dicas e truques úteis ou úteis, geralmente desconhecidos ou DIY, para ajudar a melhorar ou facilitar a vida e as tarefas diárias.

**T1 Home and Garden****Significado Geral**

Jardinagem, eletrodomésticos, entretenimento em casa, melhoria da casa, qualidade ambiental interna, decoração de interiores, paisagismo, decoração ao ar livre, remodelação e construção, casas inteligentes, casas giratórias

**T1 Movies****General meaning**

Informações do filme, incluindo comentários, classificações e biografias, recomendações para novos filmes para assistir, alugar, transmitir ou possuir

**T1 Music and Audio****Significado Geral**

Vídeos de música, canais de música, gráficos, podcasts, comunidades de fãs, blogs relacionados à música, galerias, prêmios, músicos, ferramentas de audição de música e aplicativos

**T1 News and Politics****Significado Geral**

Notícias internacionais, crimes locais, desastres naturais, notícias e comentários sobre políticas globais e locais, leis.

**T1 Pets****Significado Geral**

Aves, gatos, cães, peixes e aquários, animais de grande porte, adoções de animais de estimação, répteis, medicina veterinária

**T1 Pop Culture****Significado Geral**

Mortes de celebridades, famílias de celebridades, casas de celebridades, gravidez de celebridades, relacionamentos de celebridades, escândalo de celebridades, estilo de celebridade, fofocas, sessões de fotos, vídeos virais

**T1 Real Estate****Significado Geral**

Apartamentos, locais de desenvolvimento, propriedades do hotel, casas, propriedade industrial, terra e fazendas, propriedade de escritório, propriedade de varejo, propriedades de férias

**T1 Science****Significado Geral**

Ciências biológicas, química, ambiente, genética, geografia, geologia, física, espaço, astronomia

**T1 Sports****Significado Geral**

Conteúdo inspirado em esportes sobre jogos e eventos, jogadores, história do esporte, cultura, estatísticas, resultados, avaliações

**T1 Style and Fashion**

Produtos e regimes de cuidados pessoais, dicas e truques, revisões de produtos de beleza;

Arte corporal - tatuagens, henna, pintura corporal;

Vestuário, jóias, calçado, acessórios, street style, tendências da moda.

**T1 Technology and Computing****Significado Geral**

Inteligência artificial, realidade aumentada, Computação, eletrônicos de Consumo, Robótica, realidade virtual

**T1 Television****Significado Geral**

Animação, crianças, comédia, drama, factual, feriado, música, realidade, ficção científica, novela, interesse especial, esportes

**T1 Travel****Significado Geral**

Embalagem, acessórios de viagem, locais de viagem, preparação de viagem, tipo de viagem

## → 2.2. Marcas e filiais

### T1 Automotive

#### **Significado Geral:**

Produtos e serviços auto-relacionados

**Tipos de ofertas:** pesquisas de carros, vendas de carros, suplementos de automóveis, peças de reparo, promoções de carros, auto-tuning, personalização

### T1 Books and Literature

#### **Significado Geral:**

Livros de arte e fotografia, biografias, literatura infantil, quadrinhos e graphic novels, livros de receitas, ficção, poesia, livros de viagem, literatura de jovens adultos

**Tipos de ofertas:** Audiolivros, E-books, hardback, paperback, todos os gêneros, clubes de livros

### T1 Business and Investments

#### T2 Business I.T.

#### **Significado Geral**

Products and services designed for business investment through means of stock trading and investment

#### **Tipos de ofertas:**

Negociação de opções de ações confiáveis, ações baseadas em IPO, vídeos, livros, blogs, oportunidades de investimento, participação (conteúdo legalmente restrito)

#### T2 Currencies

#### **Significado Geral**

Criptomoedas

### T1 Events and Attractions

#### T2 Casinos and Gambling

#### **Significado Geral**

Promoção de sites que contenham ou tenham links para conteúdo relacionado a jogos de azar online (legalmente restrito)

#### **Tipos de oferta**

Loteria, sorteios, apostas esportivas online, bingo, sites de caça-níqueis

#### T2 Events

#### **Significado Geral**

Acontecimentos

#### **Tipos de ofertas:**

Ingressos, pré-venda, informações sobre eventos

### T1 Family and Relationships

#### T2 Dating

#### **Significado geral**

Serviços de namoro onde duas ou mais pessoas se conectam

#### **Tipos de ofertas**

Sites de namoro para amizade, amor, diversão

#### T2 Marriage and Civil Unions

#### **Significado geral**

Pessoas que coabitam

### Tipos de ofertas

CDs e aulas para pais, terapia familiar, melhoria familiar, programas de construção de relacionamento, produtos para casais

#### T2 Pick up

#### **Significado geral**

Como namorar e construir um relacionamento

#### **Tipos de ofertas**

Aulas, livros e CDs para aumentar a autoconfiança para namoro, aprender a falar com outras pessoas, dicas de namoro

### T1 Food and Drink

#### T2 Alcoholic Beverages

#### **Significado geral**

Ofertas relacionadas com bebidas alcoólicas

#### **Tipos de ofertas**

Fornecedores pré-qualificados, descontos em bebidas, promoções de vinícolas, soluções de redução de custos, ofertas de bares

#### T2 World Cuisines

#### **Significado geral**

Ofertas relacionadas com alimentos

#### **Tipos de ofertas**

Marcas de alimentos em todo o mundo, aulas de culinária, descontos em supermercados e promoções, ofertas de lojas, ofertas de refeições

### T1 Healthy Living

#### T2 Children's Health

#### **Significado geral**

Necessidades de saúde infantil

#### **Tipos de ofertas**

Livros sobre saúde infantil, produtos específicos para as necessidades de saúde infantil, vitaminas, suplementos de ervas

#### T2 Fitness and Exercise

#### **Significado geral**

Benefícios, aeróbica, academias, exercícios em casa

#### **Tipos de ofertas**

Livros, CDs, aulas online, equipamentos de fitness, planos de treino e assistência

#### T2 Nutrition

#### **Significado geral**

Alimentação saudável, benefícios, planos de dieta

#### **Tipos de ofertas**

Detox, shakes, receitas, livros de receitas, CDs

#### T2 Weight Loss

#### **Significado geral**

Dieta e controle de peso

#### **Tipos de ofertas**

Dietas, suplementos naturais, shakes, bebidas, assistência, planos de perda de peso

**T2 Wellness****T3 Alternative Medicine****Significado geral**

Qualquer coisa fora da medicina tradicional

**Tipos de ofertas**

Livros e CDs medicinais, serviços, livros ou CDs sobre acupuntura, terapias energéticas, ervas medicina, medicina ayurvédica

**T3 Brain Booster****Tipos de ofertas**

Produtos naturais para melhorar o cérebro à base de ervas

**T3 Muscle Building****Significado geral**

Construir músculos naturalmente

**Tipos de ofertas**

Impulsionadores da testosterona e crescimento natural do músculo suplementos, pós, dispositivos

**T3 Smoking Cessation****Significado geral**

Parar de fumar

**Tipos de ofertas**

Livros, CDs, suplementos naturais, patches

**T2 Women's Health****Significado geral**

Necessidades de saúde das mulheres

**Tipos de ofertas**

Programas de bem-estar para mulheres, ofertas de aumento do peito, higiene feminina

**T1 Home and Garden****T2 Gardening****Significado geral**

Serviços e produtos de jardinagem

**Tipos de ofertas**

Ferramentas para jardinagem, instruções, CDs, aulas, equipamentos de jardinagem, assistência de design, fertilizantes

**T2 Home Improvement****Significado geral**

Produtos e serviços relacionados à renovação ou adição à casa

**Tipos de ofertas**

Serviços de renovação doméstica, serviços de design doméstico, produtos de remodelação (janelas, materiais de cobertura, pintura, etc), aulas, CDs, eletrodomésticos)

**T2 Home Security****Significado geral**

Hardware de segurança instalado em uma propriedade e pessoal

**práticas de segurança****Tipos de ofertas**

Sistemas de segurança residencial, alarmes, dispositivos, sistemas de bloqueio

**T1 Medical Health****T2 Cancer****Significado Geral:**

Sinais e sintomas de câncer, métodos preventivos

**Tipos de ofertas:**

Resultados de pesquisa de feed, guias sobre nutrição adequada ou conselhos sobre exames

**T2 Diseases and Conditions****T3 Blood Disorders****Significado Geral:**

Produtos de saúde que auxiliam no tratamento e prevenção de distúrbios sanguíneos

**Tipos de ofertas:**

Produtos e Ofertas de Tratamento, Remédios de Ervas, Métodos Preventivos e Suplementos, Livros, CDs

**T3 Bone and Joint Conditions****Significado Geral:**

Produtos de saúde e beleza que auxiliam as condições ósseas e articulares

**Tipos de ofertas:**

Cervical colares, bandagens, coletes e roupas, palmilhas, correção e melhoria da postura, livros, CDs

**T3 Diabetes****Significado Geral:**

Tratamento e prevenção da diabetes

**Tipos de ofertas:**

Remédios à base de plantas, métodos preventivos e suplementos, bálsamos, livros, CDs

**T3 Digestive Disorders****Significado Geral:**

Produtos de saúde que auxiliam na digestão e auxiliam no tratamento de distúrbios da digestão.

**Tipos de ofertas:**

Produtos e Ofertas de Tratamento, Remédios de Ervas, Métodos Preventivos e Suplementos, Bebidas, Líquidos, Livros, CDs

**T3 Endocrine and Metabolic Diseases****Significado Geral:**

Produtos de saúde que ajudam no tratamento e prevenção de doenças endócrinas e metabólicas, incluindo, mas não limitado a hipertireoidismo e hipotireoidismo (por exemplo, amiloidose, problemas da tireoide, doença renal)

**Tipos de ofertas:**

Produtos e Ofertas de Tratamento, Remédios de Ervas, Métodos Preventivos e Suplementos, Livros, CDs

**T3 Eye and Vision Conditions****Significado Geral:**

Produtos de saúde e beleza que ajudam as condições oculares e visuais

**Tipos de ofertas:**

Máscaras oculares, óculos corretivos, terapias preventivas, remédios caseiros e fitoterápicos, lentes de contato, livros, CDs

**T3 Foot Health****Significado Geral:**

Produtos para fungos nos pés, lesões nos pés e tornozelos, problemas musculares e tendões, problemas nas unhas dos pés

**Tipos de ofertas:**

Remédios à base de plantas, métodos preventivos, bálsamos, ceras, cremes, dispositivos, livros, CDs

### T3 Hemorrhoid

#### **Significado Geral:**

Tratamento e prevenção de hemorróidas

#### **Tipos de ofertas:**

Produtos e ofertas de tratamento, remédios à base de plantas, métodos preventivos e suplementos, livros, CDs

### T3 Medical Services

#### **Significado Geral:**

Comportamento e assistência em saúde

#### **Tipos de ofertas:**

Produtos para atendimento domiciliar, consultoria em saúde, imunizações, transporte médico, livros, CDs

### T3 Papilloma

#### **Significado Geral:**

Produtos de saúde e beleza que auxiliam o papiloma e doenças parasitárias

#### **Tipos de ofertas:**

Remédios à base de plantas, métodos preventivos e suplementos, loções, terapia de imersão, dispositivos, livros, CDs

### T3 Prostatitis

#### **Significado Geral:**

Tratamento e prevenção da prostatite

#### **Tipos de ofertas:**

Produtos e ofertas de tratamento, remédios à base de plantas, métodos preventivos e suplementos, livros, CDs

### T3 Psoriasis

#### **Significado Geral:**

Produtos de saúde e beleza que ajudam a psoríase

#### **Tipos de ofertas:**

Remédios à base de plantas, métodos preventivos, bálsamos, ceras, cremes, dispositivos, livros, CDs

### T3 Sexual Health

#### **Significado Geral:**

Problemas de saúde sexual

#### **Tipos de ofertas:**

Produtos e tratamentos, suplementos, ofertas de disfunção erétil quando permitido, problemas de potência, terapias, vídeos, tutoriais, conselhos de saúde sexual, apoio à saúde sexual, livros, CDs (são proibidas ofertas relacionadas com DST)

### T3 Skin and Dermatology

#### **Significado Geral:**

Produtos e serviços para coceira, erupção ou irritação da pele

#### **Tipos de ofertas:**

Soluções de pele, tratamento da acne, loções, cremes, ceras, remédios, remédios home, bebidas, dispositivos, suplementos, livros, CDs

### T3 Sleep Disorders

#### **Significado Geral:**

Produtos que melhoram o sono, evitam o ronco e relaxam as pessoas antes de dormir

#### **Tipos de ofertas:**

Adesivos anti-ronco, dispositivos, alfinetes, chás relaxantes, CDs, uma gama completa de opções de tratamento e soluções para um sono melhor

### T3 Varicosis

#### **Significado Geral:**

Produtos de saúde e beleza que ajudam as varizes

#### **Tipos de ofertas:**

Remédios à base de plantas, métodos preventivos, bálsamos, ceras, dispositivos, bandagens, livros, CDs

### T2 Ear, Nose and Throat Condition

#### **Significado Geral:**

Produtos que ajudam a orelha, nariz e garganta.

#### **Tipos de ofertas:**

Remédios à base de plantas, métodos preventivos, aparelhos auditivos, óleos, gotas nasais, sprays para garganta, livros, CDs

### T2 Infectious Diseases

#### **Significado Geral:**

Produtos que ajudam ou previnem doenças infecciosas, p. ex., Hepatite, Gripe, Covid, Clamídia; sintomas

#### **Tipos de ofertas:**

Remédios à base de plantas, métodos preventivos, bálsamos, cremes, dispositivos, livros, CDs

### T1 Personal Finance

### T2 Financial Assistance

#### **Significado geral**

Planejamento, organização, controle e monitoramento de recursos financeiros

#### **Tipos de ofertas**

Subsídios, assistência de caridade, benefícios, orientação financeira, apoio orçamental, obrigações, ações, hipotecas, ferramentas de navegação financeira

### T2 Insurance

#### **Significado geral**

Produtos e serviços que fornecem proteção contra a maioria dos riscos à propriedade, saúde, vida

#### **Tipos de ofertas**

Instruções, cotações de seguros, testes, pesquisas, formas de cobertura, modelos para obter uma vantagem inicial

### T2 Personal Debt

#### **Significado geral**

Soluções de dívida que exigam pagamento ou pagamentos de juros ou capital

#### **Tipos de ofertas**

Consolidação de empréstimos pessoais, programas e ofertas de empréstimos, IVA, linhas de ajuda, consultoria de dívida, planos de dívida

**T2 Personal Investing****T3 Options****Significado Geral:**

Trabalhar em casa, ganhar dinheiro

**Tipos de ofertas:**

Apostas combinadas sem risco, pesquisas on-line, aplicativos, esquemas legítimos, métodos 'pagos', binários (conteúdo legalmente restrito)

**T3 Stocks and Bonds****Significado Geral:**

Ferramentas do mercado financeiro, guias, aulas para iniciantes, ferramentas para investidores inexperientes

**Tipos de ofertas:**

Vídeos, livros, blogs, aulas, melhores práticas, como fazer, suporte, negociação de ações, ações vivas, oportunidades de investimento, participação, investimento em dívida, negociação de títulos, futuros, fundos mútuos, ETFs, empreendimentos, fundos de hedge, commodities (conteúdo legalmente restrito)

**T2 Retirement Planning****Significado Geral:**

Contexto financeiro que se refere à alocação de poupança ou receita para aposentadoria

**Tipos de ofertas:**

Inscrições em contas bancárias para poupança de aposentadoria, modelos de risco de aposentadoria, soluções financeiras, planos de aposentadoria, tendências de taxas, metas de renda

**T1 Pets****Significado geral**

Produtos e serviços para adoção de animais de estimação

**Tipos de ofertas**

Deleites dos animais de estimação, suplementos, brinquedos, e fontes do grooming, adoção dos animais de estimação, produtos dos cuidados médicos, cuidados veterinários, cuidados diurnos dos animais de estimação

**T1 Real Estate****Significado geral**

Comercial, residencial, de férias

**Tipos de ofertas**

Agências imobiliárias, ofertas especiais para compradores de imóveis, ofertas especiais de proprietários, experiência imobiliária, vídeo tutorial

**T1 Shopping****T2 Business Services****Significado geral**

Serviços e ferramentas projetados para ajudar empresas tanto no front-end quanto no back-end para fins de crescimento e desenvolvimento de negócios dentro de uma organização

**Tipos de ofertas**

Serviços de desenvolvimento de negócios, Aplicações empresariais, Ferramentas promocionais, Marketing

**T2 Charity Funds****Significado geral**

Serviços sem fins lucrativos que arrecadam dinheiro ou doam bens para causas de caridade, desde vários eventos da vida até circunstâncias desafiadoras. As ofertas são altamente restritas

**Tipos de ofertas**

Plataformas de Crowdfunding Sem Fins Lucrativos, Instituições de Caridade, Sem Fins Lucrativos, Serviços de Doação

**T2 Content Media Format****Significado Geral:**

Produtos e serviços nos quais os usuários têm acesso aos serviços por meio de um plano de assinatura e registro

**Tipos de ofertas:**

Serviços de plataforma de streaming, plataformas de conteúdo, streaming de áudio, jogos e assinaturas de mídia digital

**T2 Couponing****Significado Geral:**

Qualquer coisa que possa ser resgatada por um desconto financeiro ou desconto ao comprar um produto

**Tipos de ofertas:**

Sites de cupom com assinaturas, ofertas de cupom, cartões de super oferta, vales de supermercado

**T2 Delivery****Significado Geral:**

Produtos e serviços projetados em torno do transporte e entrega de mercadorias

**Tipos de ofertas:**

Entrega Comercial, Selos, Embalagem, Serviços de Correio, Empresas de Transporte e Camionagem, Fretes

**T2 Education****Significado Geral:**

Instituições destinadas a desenvolver ainda mais o conhecimento e educar no âmbito do currículo instrucional e cursos especializados

**Tipos de ofertas:**

Educação Primária, Universidades, Escolas Técnicas, Cursos Online, MBAs

**T2 For Kids****Significado Geral:**

Produtos para crianças à venda, exceto vestuário e produtos de saúde

**Tipos de ofertas:**

Utensílios de mesa para crianças, armazenamento, decoração e brinquedos, fraldas, pós para bebês e talcos, carrinhos de bebê, assentos de carro

**T2 Gifts and Souvenirs****Significado Geral:**

Presentes de nicho e colecionáveis

**Tipos de ofertas:**

Presentes artesanais exclusivos, pulseiras para caridade, lembranças locais, madeiras, figuras de barro, ímãs, molduras para fotos, cartões de presente pré-pagos

**T2 Language Learning****Significado Geral:**

Produtos e serviços para o avanço ou desenvolvimento de uma linguagem verbal ou não verbal

**Tipos de ofertas:**

Livros de Idiomas, Aulas de Idiomas, Cursos de Desenvolvimento Linguístico, Workshops de Linguagem e Escrita, Tutores, Programas Educacionais, Aplicativos/Dispositivos de Tradução

**T2 Legal Services Industry****Significado geral**

Serviços prestados por pessoas ou práticas associadas ao sistema judicial

**Tipos de ofertas**

Assistência Jurídica, Ações Coletivas, Advogados Pessoais, Advogados de Divórcio, Acordos

**T2 Mobile Services****Significado geral**

Aplicativos móveis que operam exclusivamente por meio de download móvel. Os usuários têm acesso aos produtos e serviços de um serviço móvel via Smartphones

**Tipos de ofertas**

Aplicativos de Construção de Relacionamento, Aplicativos de Monitoramento de Saúde, Aplicativo de Gerenciamento de Tempo

**T2 Other Services****Significado geral**

Bens fornecidos por outras pessoas, empresas, organizações que não se enquadram em outras subcategorias "Shopping". Tais bens e serviços não têm troca de bens físicos de vendedor para comprador

**Tipos de ofertas**

Serviços de limpeza, Assistência à construção de relacionamento, Roommate Services

**T1 Sports****T2 Fishing Sports****Significado geral**

Suprimentos de pesca

**Tipos de ofertas**

Catálogos, lojas de equipamento online, carretéis, barras

**T2 Sporting Goods****Significado geral**

Produtos desportivos para venda

**Tipos de ofertas**

Uniformes esportivos, equipamentos esportivos (trampolins, caiaques, bicicletas, tendas, piscinas, colchões de ar), equipamentos de ginástica (botas Kangoo, steppers, pistas de corrida, elípticos) acessórios de treinamento, grupo de equipamentos esportivos

**T1 Style and Fashion****T2 Beauty****T3 Hair Care****Significado geral**

Ofertas relacionadas com cuidados capilares

**Tipos de ofertas**

Lavagem e crescimento de cabelo, tratamento de cabelo e tutorial para venda, ferramentas de cabelo, secadores de cabelo e alisadores, chapinha e modelador de cachos

**T3 Makeup and Accessories****Significado geral**

Maquiagem e acessórios, marcas, aulas, vídeos

**Tipos de ofertas**

Valor da composição e jogos do presente, aplicadores da composição e ferramentas, estojos de maquiagem, tutoriais em vídeo e tutoriais

**T3 Natural and Organic Beauty****Significado geral**

A seleção de produtos de beleza orgânicos

**Tipos de ofertas**

Produtos orgânicos e cosméticos para venda, lavagens corporais, loções corporais, sabonetes, cremes

**T3 Other Beauty Products****Significado geral**

Produtos de beleza não listados

**Tipos de ofertas**

Produtos de correção do nariz, lip plumpers, outros produtos de beleza não categorizados

**T3 Perfume and Fragrance****Significado geral**

Perfume e produtos da fragrância para a venda

**Tipos de ofertas**

Perfume, fragrância e colônia fabricantes, lojas on-line, promoções, descontos, ofertas especiais, óleos de fragrância e barras, sprays corporais

**T3 Skin Care****Significado geral**

Ofertas relacionadas com cuidados da pele

**Tipos de ofertas**

Anti-envelhecimento, limpeza, firmeza, remédios de pele benéficos para venda, livros e CDs sobre cuidados com a pele, clubes de cuidados com a pele, cremes para a pele, suplementos, tutorial para anti-envelhecimento, produtos de clareamento da pele

**T2 Children's Clothing****Significado geral**

Seleção e melhores ofertas para roupas infantis

**Tipos de ofertas**

Compras on-line, ofertas de desconto, roupas usadas para venda, design de moda, guias de estilo

**T2 Men's Fashion****T3 Men's Accessories****T4 Men's Jewelry and Watches****Significado geral**

Seleção e melhores ofertas para jóias e relógios

**Tipos de ofertas**

Compras on-line e catálogos, ofertas especiais de jóias e seleções, relógios de marca

**T4 Other Men's Accessories****Significado geral**

Acessórios masculinos não listados

**Tipos de ofertas**

Acessórios masculinos sem categoria

**T3 Men's Shoes and Footwear****Significado geral**

Seleção e melhores ofertas para sapatos e calçados masculinos

**Tipos de ofertas**

Compras online e catálogos, marcas líderes, guias de estilo, design de calçado

**T3 Men's Clothing****T4 Men's Outfits****Significado geral**

Seleção e melhores ofertas para roupas masculinas

**Tipos de ofertas**

Compras on-line, ofertas de desconto, roupas à venda, ofertas de costura, design de moda, guias de estilo

**T4 Men's Underwear and Sleepwear****Significado geral**

Pijama masculino e vestuário íntimo

**Tipos de ofertas**

Compras online, ofertas de desconto, itens artesanais

**T2 Personal Care****T3 Oral Care****Significado geral**

Soluções de saúde e cuidados dentários

**Tipos de ofertas**

Odontologia cosmética, promoções de cuidados bucais, revisões de produtos, soluções ortodônticas, clareamento dos dentes, tutorias sobre escovação e uso do fio dental, pastas de dentes, produtos de enxaguatório bucal

**T3 Shaving****Significado geral**

Seleção de produtos e soluções de barbear

**Tipos de ofertas**

Barbeando clubes, barbeando produtos e ferramentas, escovas, navalhas e lâminas, lojas online, barbear cosméticos incluindo sabonetes e espumas, vídeos, tutoriais

**T2 Women's Fashion****T3 Women's Accessories****T4 Other Women's Accessories****Significado geral**

Acessórios femininos não listados

**Tipos de ofertas**

Acessórios femininos não categorizados

**T4 Women's Jewelry and Watches****Significado geral**

Seleção e melhores ofertas para jóias e relógios

**Tipos de ofertas**

Compras on-line e catálogos, jóias especiais ofertas e seleções, relógios de marca

**T3 Women's Clothing****T4 Women's Intimates and Sleepwear****Significado geral**

Seleção e melhores ofertas de roupas íntimas e pijamas femininos

**Tipos de ofertas**

Compras online, ofertas de desconto, peças de lingerie artesanais

**T4 Women's Outfits****Significado geral**

Seleção e melhores ofertas para roupas femininas

**Tipos de ofertas**

Compras online, ofertas de desconto, roupas usadas para venda, costura, design de moda, guias de estilo

**T3 Women's Shoes and Footwear****Significado geral**

Seleção e melhores ofertas para sapatos femininos e calçado

**Tipos de ofertas**

Compras online e catálogos, marcas líderes, estilo guias, design de calçado

**T1 Technology and Computing****T2 Computing****T3 Computer Peripherals****Significado geral**

Dispositivos periféricos conectados a um sistema de computador para adicionar funcionalidade

**Tipos de ofertas**

Mouse, teclado, monitor, impressora, scanner

**T3 Computer Software and Applications****Significado geral**

Qualquer aplicativo ou grupo de programas projetados para o usuário final

**Tipos de ofertas**

Remoção de spyware, atualização de computador, serviços de instalação de hardware, VPN, extensões, recuperação de dados, substituições de tela, diagnóstico e atualizações de computador, programas e aplicativos para diferentes fins

**T3 Desktops****Significado geral**

Loja de computadores de mesa, aluguer, reparação

**Tipos de ofertas**

Melhores compras, aluguel de PC para negócios e privados, melhores ofertas

**T3 Laptops****Significado geral**

Vendas de portátil e do caderno, cuidado, reparo, arrendamento

**Tipos de ofertas**

Laptops para venda, notebooks usados, melhores ofertas, aluguel de laptops para empresas e particulares

**T2 Consumer Electronics****T3 Cameras and Camcorders****Significado geral**

Câmeras e filmadoras para venda e aluguel

**Tipos de ofertas**

Câmeras SLR digitais, câmeras sem espelho, filmadoras e câmeras de ação GoPro

**T3 Energysavers****Significado geral**

Dispositivos para reduzir o uso de energia elétrica, descubra onde o desperdício é, e descubra como cortá-lo

**Tipos de ofertas**

Economizadores de energia, sistemas elétricos, caixas de energia

**T3 Other Electronics****Significado geral**

Eletrônicos de consumo não listados

**Tipos de ofertas**

Bancos de energia, consoles de jogos e outros eletrônicos

**T3 Self Defense****Significado geral**

Produtos de auto-defesa e segurança pessoal online

**Tipos de ofertas**

Itens de segurança, lanternas militares, alarmes pessoais e dispositivos de segurança, dispositivos de iluminação e sinal, bússolas, produtos de sobrevivência (armas, armas de atordoamento, sprays de pimenta são proibidos)

**T3 Smartphones****Significado geral**

Smartphones para venda e aluguer

**Tipos de ofertas**

Smartphones e acessórios

**T3 Solar Panels****Significado geral**

Painéis solares e sistemas fotovoltaicos solares

**Tipos de ofertas**

Descontos especiais em painéis solares on-line, ofertas quentes

**T3 Tablets and E-readers****Significado geral**

Tablets e E-readers para venda e aluguel

**Tipos de ofertas**

Tablets e leitores eletrônicos, e-books, acessórios

**T3 Wearable Technology****Significado geral**

Dispositivos vestíveis para venda e aluguer

**Tipos de ofertas**

Trackers, fone de ouvido Bluetooth, óculos, fones de ouvido, fones de ouvido VR

**T1 Travel****Significado geral**

Produtos de viagem, ofertas, acessórios

**Tipos de ofertas**

Pacotes de férias e aluguel, vídeos de viagem e how-tos, produtos de viagem (tapetes de praia, sacolas de praia, bagagem, kits), agências de viagens, promoções, passeios, ofertas de última hora, descontos, reserva de hotel, planejamento de viagem, promoções de voos, cruzeiros

**T1 Video Gaming****Significado geral**

Jogar jogos online, clubes, associações, parafernália do jogo

**Tipos de ofertas**

eSports, jogos móveis, jogos de PC, vários gêneros de jogos online, podcasts, plataformas de jogos, CDs, livros, minigames, jogos de browser

# 3. Políticas de conformidade de conteúdo



## → 3.1. Conteúdo

### — 3.1.1. Conteúdo Proibido

- Aborto
- Adulto
- Promoção do álcool
- Encontros casuais
- Contraceptivos
- Parafernália de drogas
- Exploração de menores
- Conteúdo grotesco
- Jogo ilegal
- Drogas ilícitas
- Câmaras ao vivo
- Menores sexualizando
- Substâncias psicoativas
- Equipamento de espionagem
- Produtos do tabaco
- Tráfico ou exploração
- Armas e explosivos

### — 3.1.2. Conteúdo Restrito

- Álcool
- CBD
- Site de Encontros
- Cigarros eletrônicos, vapers, não-misturas para fumar nicotina e produtos relacionados
- Economia de Energia
- Serviços financeiros
- Jogos de Azar e Jogos
- Cuidados de saúde e medicamentos
- ICO, opções binárias, negociação
- Detectores de radar
- Religião (pode ser mencionado para campanhas publicitárias de caridade. No entanto, cada caso é revisto individualmente)
- Software
- Assinaturas
- Loteria
- Serviços de streaming de vídeo e cinemas online
- Voluntariado

## → 3.2. Práticas

### — 3.2.1. Práticas proibidas

A **MGID** tem o direito de rejeitar e/ou bloquear conteúdo, recusar produtos ou serviços, independentemente de sua categoria, recusar anunciantes e anúncios por qualquer motivo, se for considerado não conforme com as diretrizes da MGID.

#### ■ SEGURANÇA DA MARCA

- Quaisquer práticas de interação que desencadeiem redirecionamentos para páginas de web de terceiros
- Navegação cega
- Páginas quebradas e/ou em branco
- Camuflagem
- Violação de direitos autorais
- Páginas de erro
- Widgets de marca falsa
- Domínios falsos
- Widgets falsos
- Conteúdo ofensivo, ameaçador ou inapropriado, que inclui, mas não se limita a discriminação, suicídio, exposição de problemas graves de saúde, etc.
- Spoilers, incluindo aqueles que escondem conteúdo proibido
- Fonte de vídeo não oficial
- Sites projetados para imitar fontes legítimas originais
- Sites em construção

#### ■ PRIVACIDADE E SEGURANÇA

- Bloqueio do navegador
- Drive-by download
- Malicious software
- Malvertising
- Phishing
- Sites infectados com malware

#### ■ LEGAL

Todas as ofertas sugeridas para colocação estão sujeitas a um exame jurídico exaustivo. Qualquer e todo o conteúdo, aceito pela MGID, permanecerá sempre 100% legalmente admissível e em conformidade com os TOS da MGID, que estão disponíveis publicamente online. Cada oferta aprovada é sempre investigada por uma equipe de especialistas legais em relação à sua conformidade com os regulamentos legislativos atualizados e as regras reais de negócios de publicidade.

## — 3.2.2. Práticas Restritas

### PROMOÇÃO DE MÚLTIPHAS OFERTAS

Produtos e serviços rotativos dentro de um URL devem cair na mesma vertical (p. ex., 5 produtos diferentes para perda de peso (Garcinia Cambogia, Choco Slim, etc.).

### OFERTA GERADORA DE LEADS

As páginas Web com ofertas destinadas a recolher informações sobre os clientes devem fornecer ao utilizador informações exaustivas sobre:

- Termos e condições;
- disclaimer;
- Política de privacidade.

O usuário deve poder expressar ativamente seu consentimento para o processamento de dados pessoais - pode ser uma caixa de seleção, pop-up ou qualquer coisa visível, que deve ser aceita pelo usuário.

### PRODUTOS DE GRAÇA

Produtos ou serviços não podem ser distribuídos completamente gratuitamente. Testes gratuitos são permitidos se tiverem condições transparentes de compra, pagamentos futuros e entrega

### ABORDAGENS PROIBIDAS:

Enganar os usuários com falsas promessas de obter algo de graça; promover produtos gratuitamente sem uma descrição completa do serviço.

## — 3.2.2. Práticas Restritas

### ■ CELEBRIDADE

Podem ser utilizadas imagens e nomes de celebridades nos seguintes casos:

Para promoção de **produtos/serviços**:

- quando uma celebridade é proprietária do produto;
- quando uma celebridade é um representante, pessoa publicitária de uma marca;
- Ele/ ela concede permissão para usar seu nome para anunciar um produto.

Usando a imagem ou o nome de uma celebridade para fins de publicidade sem o seu/ seu conhecimento e consentimento (apenas para páginas de destino do produto) é proibido.



Kylie Skin apresenta produtos veganos para todos os tipos de pele

[SAIBA MAIS >](#)



Silvio Santos diz: Faça isso para perder 3kg por semana

[SAIBA MAIS >](#)



Para promoção de **conteúdo/artigos**:

- Os títulos dos anúncios devem ser 100% relevantes para o artigo.
- Evite abordagens clickbait para títulos e imagens.
- Fotos de celebridades devem ser neutras; nenhuma imagem/título ofensivo é permitido.
- O anúncio deve ser de natureza informativa e, em nenhum caso, deve humilhar ou desacreditar a pessoa.



35 celebridades que são LGBTQIA+ e você talvez não saiba

[SAIBA MAIS >](#)



Péssima mãe? A razão para o filho de Gio Ewbank voltar à África

[SAIBA MAIS >](#)

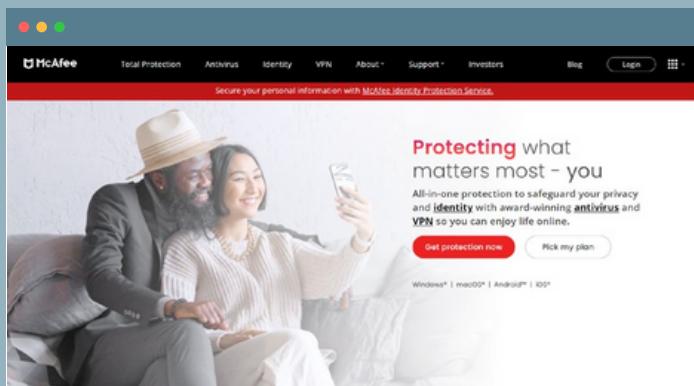


## → 3.2. Rankings de conteúdo

### ALTO RANKING DE SEGURANÇA

A alta classificação abrange conteúdo, serviços e produtos de alta qualidade e credibilidade. O ranking abrange uma ampla variedade de assuntos - desde sites de marca a anúncios limpos, todos em estrita conformidade com os regulamentos locais e internacionais.

Landing pages podem conter até certo ponto informações exageradas, mas não enganosas, a fim de aumentar o interesse entre os clientes em potencial.



## CLASSIFICAÇÃO DE SEGURANÇA MÉDIA

O ranking médio tem como objetivo cobrir conteúdo controverso, sensível, sexualmente sugestivo e sensacional que pode ser considerado muito provocativo por alguns públicos.

Abordagens que exploram materiais evidentemente desagradáveis, nudez, pornografia, erotismo e sexo explícito são estritamente proibidas.

**PAPILLOMAS ARE CAUSED BY PARASITES IN YOUR BODY!**

**IF YOU HAVE PAPILLOMAS ON THE NECK AND THE OTHER PART IN YOUR BODY, THIS IS A SIGN OF THE PRESENCE OF PARASITES IN YOUR BODY!**

Comments: 184

26.10.2011

If a person has papillomas on their skin, this means that colonies of deadly parasites have settled in their internal organs and are slowly eating their flesh.

According to statistics, more than 1 billion people are infected with parasites. The most accurate way to diagnose an infection is papillomas rash.

Your questions are answered by: **Emily Cheng**

Associate Professor, M.D. of the Scientific Research Institute of Medical Parasitology and Tropical Medicine. More than 20 scientific works on Molecular Parasitology. Deals with contracts on molecular diagnostics of leishmaniasis.

**UROLOGY MAGAZINE**

**HEALTH ACTIVITY ARTICLE AND INTERVIEW NEWS TESTIMOS**

**Report the page**

**PROSTATITIS IS DANGEROUS FOR YOUR HEALTH, THIS DISEASE THREATENS YOUR LIFE!**

**Dr. John Don**  
Head urologist  
Director of the Prostate and Oncology Center, member of the Urological College  
President, professor and surgeon of Europe, Singapore and the USA. Performs the following operations: radical prostatectomy, using TURP robot transurethral resection of the prostate ([of the prostate](#)) and laser ablation ([of the prostate](#)).

prostatitis brings different problems into your life, such as:

- IMPOTENCE
- PROSTATIC HYPERPLASIA
- PROSTATE CANCER

**SAMANTHA'S BLOG**

**HOW I INCREASED MY BREASTS UP TO 2 CUP SIZES WITHIN A WEEK**

Published: 19.03.2012 Author: Samantha (Samantha)

Haha! It's Samantah again! I would like to share my little joy with you... I managed to **INCREASE my breasts** right at home up to 2 cup sizes!!

Remember I wrote about 1 year ago that I actually didn't like my **small** breasts and I asked for your advice - how to increase them?

So, I have tried all of your remedies, pills, 250 flame effects etc. **IT'S ALL USELESS**. Doesn't work. Breasts has not grown any biggerness. It's just the same.

I even got **injections** to them because my extended family members had **overly** big breasts. Everybody has "fat" ones, damn :)

So I **remained** the **use** **out** **for** **a** **long** **time** and let it go.

**Has the salvation for small breasts been found?**

One day, I was surfing blogs on the Internet, I come across a blog, where a girl **increased** her breasts right **at HOME** **within 5 days** with the help of a special cream.

**Monica's Blog**

**We were on the verge of divorce because of the weak potency of my husband! But our family was miraculously saved. Now he can 4-6 times a night!**

Published 2.11.2011 Author: Monica

Help! You always complain that I used to make complaints about my husband about 6 months ago. So he is unsatisfactory as we think he needs the TIGT! Even when I use my mouth, the penis did not show any sign of erection, and the erection does not last long, only from 1-2 minutes at most!

# 4. Diretrizes criativas



Cada unidade de publicidade consiste em um título e uma imagem em miniatura. Uma unidade de publicidade (unidade de anúncio) é um meio coerente que vende ou promove um produto, serviço ou ideia. Juntos, visuais ousados e títulos fortes geram melhor engajamento do cliente e aumentam as taxas de cliques (CTR).

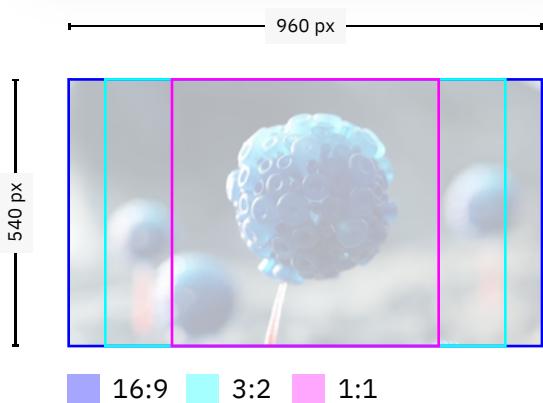
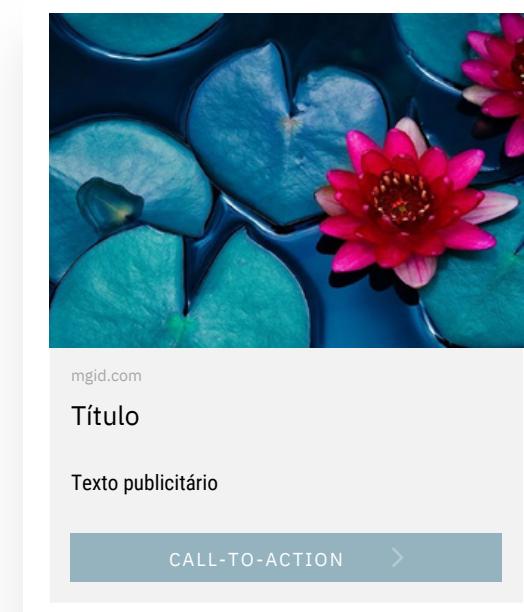
Por outro lado, uma mensagem enganosa ou pouco clara de um bloco de anúncios pode piorar a satisfação do usuário e aumentar a taxa de rejeição de um site. Portanto, cada bloco de anúncios deve segmentar seu público e dar aos usuários uma compreensão clara do que está na landing page.

The diagram illustrates a mobile advertisement (ad unit) with the following components:

- Image:** A blue SUV with its rear hatchback open, set against a sunset background.
- Título:** "À procura de um SUV compacto?" (65 symbols including spaces)
- Text:** "Encontre as melhores ofertas aqui" (75 symbols including spaces)
- Call-to-action (CTA):** "UMA SUPER OFERTA ADIANTE! >" (30 symbols including spaces)

## → 4.1. Orientações para miniaturas

A imagem em miniatura (estática ou animada) é o elemento-chave para um bloco de anúncios, pois chama a atenção do usuário e mantém sua atenção. No entanto, certifique-se de que o conteúdo anunciado é adaptado ao produto/ serviço que você promove.



### EXIGÊNCIAS DE IMAGEM PARA ANÚNCIOS ESTÁTICOS

**Proporções:** 16:9 (preferred), 3:2, 1:1

**Formato:** png, jpg, or static gif

**Tamanho máximo:** 5 MB

Proporções	Mínimo	Recomendado
<b>16:9</b>	<b>640 x 360 px</b>	<b>960 x 540 px</b>
<b>3:2</b>	<b>600 x 400 px</b>	<b>900 x 600 px</b>
<b>1:1</b>	<b>500 x 500 px</b>	<b>800 x 800 px</b>

### EXIGÊNCIAS DE IMAGEM PARA ANÚNCIOS ANIMADOS

**Dimensão mínima:** 600x400 px

**Proporções:** entre 16:9 e 1:1 (as melhores práticas são 16:9, 3:2 ou 1:1)

**Duração do vídeo:** no máximo 15 segundos

**GIFs** não devem exceder 5MB

**Resolução:** 1020x680 px ou mais

**Formato:** GIF

## → 4.2. Orientações gerais



mgid.com

**À procura de um SUV compacto?**

Encontre as melhores ofertas aqui

UMA SUPER OFERTA ADIANTE! >

Título

Texto publicitário

Call-to-action (CTA)

	Comprimento	Tipos de Letras
<b>Título</b>	65 símbolos (incluindo espaços)	Em inglês - maiúscula Outras línguas - minúscula
<b>Texto publicitário</b>	75 símbolos (incluindo espaços)	Minúscula
<b>Call-to-action (CTA)</b>	30 símbolos (incluindo espaços)	Minúscula

### GRAMÁTICA E REQUISITOS GERAIS:

- Certifique-se de que são utilizados os tempos verbais adequados;
- Respeitar partes do acordo de discurso;
- Aplique o espaçamento correto - não omitido ou Excesso de espaçamento entre palavras e/ou é permitida a pontuação;
- O título não deve conter qualquer período no final;
- Evite reticências (...), pontuação excessiva (e.g. !!!, "") e outros símbolos desnecessários (@, -->, <>, \*\*);
- O idioma do título deve corresponder à campanha definição do idioma (a definição do idioma da campanha deve corresponder ao idioma do conteúdo);
- Use {Country} {Region} macros para qualquer idioma disponível para a campanha;
- O título não deve conter quaisquer informações de contacto (como endereços, correio electrónico, números de telefone, etc.); não são permitidos Emojis;
- O texto publicitário é obrigatório para campanhas de Marca de Nível e opcional para Nível White-Hat e Nível Geral.

### REQUISITOS DO CTA:

- O CTA é uma opção disponível para todos os tipos de campanhas, no entanto, para campanhas de marca de nível, o CTA é obrigatório;
- o CTA não deve duplicar o título e o texto de descrição, mas não deve parecer complicado;
- O texto não deve apresentar mais do que uma pergunta;
- Não use macros e emojis;
- Certifique-se de que o idioma do seu CTA corresponde ao idioma do teaser;
- Fornecer aos usuários razões fortes para clicar imediatamente em/ comprar/ se inscrever.

## → 4.3. Classificações criativas

### ALTO RANKING DE SEGURANÇA

A alta classificação engloba anúncios relevantes e de bom gosto que dão ao usuário uma compreensão clara de qual conteúdo, serviço ou produtos é promovido.

As miniaturas devem ser de alta resolução e devidamente orientadas. Fotos brilhantes e cativantes são recomendadas, no entanto, fotos não profissionais agradáveis também são permitidas. Títulos devem seguir a gramática e

regras de pontuação e refletir com precisão o conteúdo, serviço ou produto promovido. O exagero apropriado é aceitável.

#### **Conceitos a evitar:**

- Imagens de grande plano confusas;
- Imagens nojentas;
- Perturbações das condições sanitárias;
- Sugestionabilidade sexual em imagens em miniatura e títulos



Os carros mais icônicos dos filmes de James Bond

[SAIBA MAIS >](#)



Óculos de bloqueio de luz azul

[SAIBA MAIS >](#)



Faça trade em casa e potencialize seu futuro financeiro

[SAIBA MAIS >](#)



Como perder 31 kilos em um mês (beba isso uma vez por dia)

[SAIBA MAIS >](#)



O principal inimigo da diabetes foi descoberto! Açúcar cai para 5

[SAIBA MAIS >](#)



Quem são as famosas que engravidaram depois dos 40?

[SAIBA MAIS >](#)

## CLASSIFICAÇÃO DE SEGURANÇA MÉDIA

O ranking médio abrange criativos que podem ser mais agressivos, sensacionais ou controversos em sua natureza e/ ou podem estar relacionados a assuntos sexuais.

As imagens em miniatura devem ser de qualidade suficiente. A gramática adequada é obrigatória.

Os criativos podem utilizar conceitos desagradáveis, estranhos, mas não perturbadores ou abomináveis.

Miniaturas sexualmente atraentes e títulos sugestivos podem ser usados desde que não pareçam vulgares e ofensivos. Nudez, pornografia, erotismo ou sexo explícito são estritamente proibidos.

Esta dieta pode ser boa para você

[SAIBA MAIS >](#)

Tipos estranhos de massagem. Nem todo mundo se atreve a tentar

[SAIBA MAIS >](#)

10 piores acidentes de carro. Só espero que eles tenham seguro

[SAIBA MAIS >](#)

O melhor jogo para homens é muito realista

[SAIBA MAIS >](#)

Você deve saber o que os especialistas dizem sobre encontros online

[SAIBA MAIS >](#)

Uma maneira surpreendente de aumentar seus seios sem implantes!

[SAIBA MAIS >](#)

**Observação!** Por favor, note que o ranking do anúncio é determinado tendo em conta o conteúdo e rankings criativos. Se um ranking for menor que o outro, o ranking médio será definido como o ranking do anúncio.

## → 4.4. Práticas criativas proibidas

- Pornografia
- Cadáveres
- Cenas de defecação
- Discriminação
- Intolerância
- Nudez
- Enfarte
- Violência (tiroteio, tragédias, agressão sexual, ferimento, automutilação)
- Linguagem explícita
- Discurso de ódio
- Declarações enganosas, falsas e exageradas
- Palavras obscenas, difamatórias e ofensivas em qualquer idioma
- Gramática ruim, palavras redundantes, pontuação excessiva
- Maiúsculas para exagero

## → 4.5. Melhores práticas criativas

A MGID usa uma solução de corte automatizado para adaptar cada imagem a tamanhos de posicionamento personalizados nos sites de todos os parceiros. Portanto, uma imagem orientada para a paisagem com uma proporção de 16:9 ou 1:1 é a melhor prática.

Original



### Algumas outras dicas para garantir que sua imagem seja cortada corretamente

Escolha uma imagem com um único ponto de foco claro e um plano de fundo relativamente simples. Evite imagens com vários assuntos ou fundos ocupados para evitar qualquer coisa vital ser cortada da imagem.

Original



Observe como essa imagem é cortada em uma miniatura de 16:9



Evite imagens com texto pequeno.

Original



Max Life Smart Term Plan (UIN: 104N113V04) | A non-linked non-participating individual pure risk premium life insurance plan; upon policyholder's selection of Premium back variant, this product shall be non-linked non-participating individual life insurance savings plan.  
\*As per annual audited financials for the FY 19-20 | T&C Apply | \*Disclosures | ARN:050920/Taboola/TICPOA/HN/M/Jan-2021

16:9



Observe como essa imagem é cortada em uma miniatura 1:1.

3:2



1:1



Evite imagens que incluam logótipos da marca ou camadas de texto. Estas poderão não ser bem cortadas e acabarão por ficar fora do centro.

Original



16:9



Notar o caminho o texto é cortado em uma colocação 3:2 e 1:1

3:2

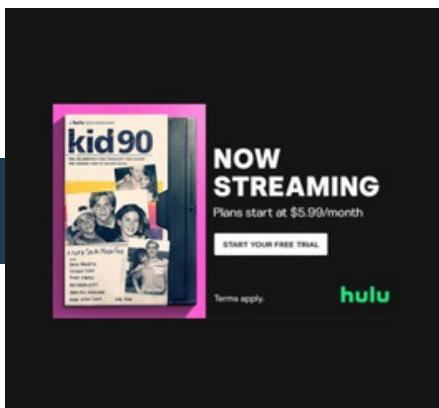


1:1

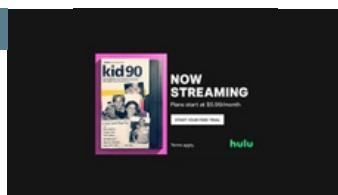


Nos casos em que um logotipo e texto são necessários para as imagens, o fundo adicional deve ser usado.

Original



16:9



3:2



1:1



### Algumas dicas para aumentar o engajamento a partir de suas imagens em miniatura

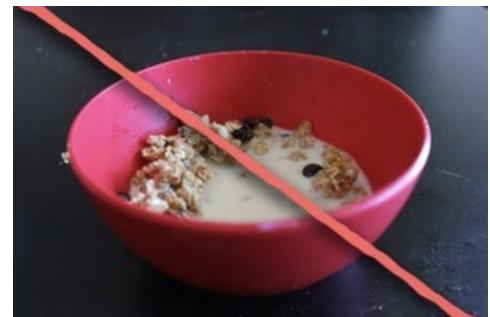
Use uma imagem onde o assunto da foto está olhando para a câmera. Isso imita o caminho que usamos o contato visual para atrair a atenção na vida real e produz um aumento médio de CTR.



Descreva seu produto para que você alcance esse objetivo: interação mental. Os participantes eram mais propensos a comprar a caneca quando a alça estava virada para a direita (em direção à mão dominante da maioria das pessoas).



Coloque um instrumento ou utensílio à direita.



Posicione a abertura do seu produto em direção ao visualizador.



Remova o produto da embalagem.

SIM

NÃO

Alta resolução **vs** Baixa resolução.



Edição de fotos criativas **vs** Edição de fotos amadoras



A imagem deve preencher os parâmetros de tamanho (sem espaço ao redor da imagem).



Enquadramento



Imagen de qualidade **vs** Imagem esticada.



Elementos que se misturam na imagem naturalmente

**vs**

Elementos excessivos e irritantes.



Banco de imagens/ imagens livres para uso comercial/ imagens compradas

**vs**

Imagens com marca d'água usadas sem permissão (violando as leis de direitos autorais).



Destaque relevante **vs** Destaque irrelevante



Elementos relevantes à Região **vs** Elementos irrelevantes à Região



# 5. Fluxo de moderação

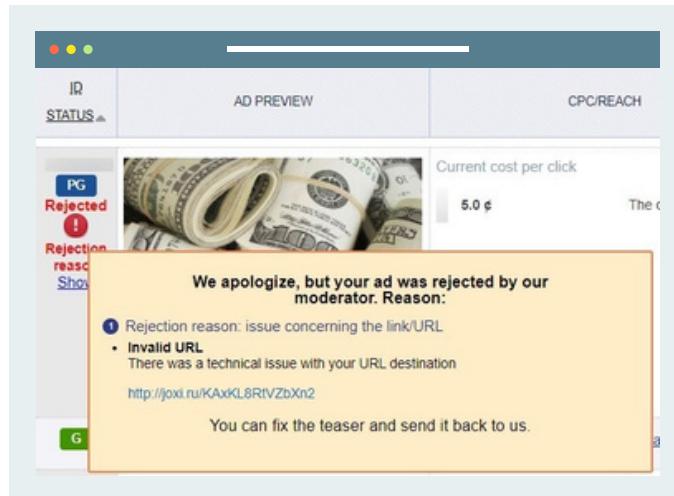
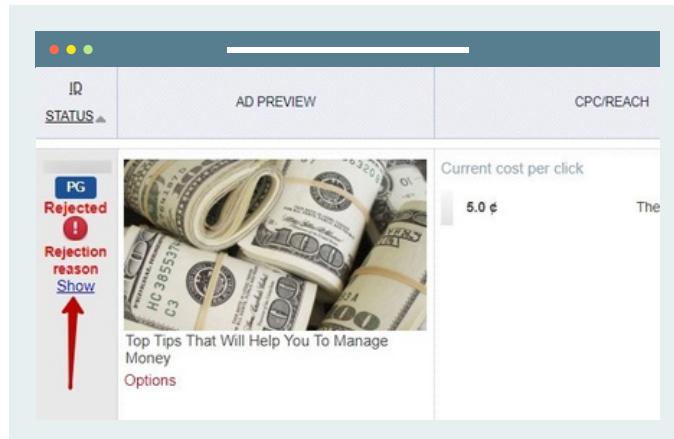


Para garantir os altos padrões de todos os materiais anunciados, a equipe de conformidade da MGID analisa minuciosamente o URL de destino, o conteúdo da página de destino e a página de oferta, imagem em miniatura e título de cada bloco de anúncios. No processo de moderação, usamos algoritmos automáticos e verificações manuais, utilizando software interno e externo. Um dos nossos parceiros é o GeoEdge. Ele protege a segurança de nossos anúncios e protege os usuários e editores contra malware e práticas não amigáveis.

Nós nos esforçamos para o formato nativo genuíno, é por isso que todos os anúncios são revisados e moderados por falantes nativos. Estamos fazendo o nosso melhor para completar o processo de moderação dentro de 24 horas. No entanto, se for necessário um inquérito adicional, o tempo de reexame pode ser prolongado.

Após a verificação final, o controle de conformidade não acabou - os anúncios em rotação também estão sendo constantemente monitorados. Se algum conteúdo não conforme for detectado, ações imediatas serão tomadas para bloquear/rejeitar o anúncio ou fornecer ao anunciante um período de trânsito definido para revisão.

Se o anúncio não passar na moderação, ele será rejeitado com uma explicação clara e capturas de tela do que deve ser ajustado.



Uma vez que o problema é corrigido, o anúncio pode ser reenviado para moderação.

Se o motivo de rejeição for ignorado de propósito e o anúncio for enviado com moderação pela terceira vez sem abordar o problema, ele será excluído.

# 6. Creative request brief



**Por favor, faça as seguintes perguntas ao seu cliente antes de enviar um pedido criativo:**

## IMAGEM

### 1. Logo

- 1.1. Formato do logo png; svg; eps; pdf
- 1.2. Disposição e tamanho (por favor fornecer uma amostra se não estiver especificado no Manual de Marca)
- 1.3. Fundo (cor, efeitos, amostra é preferido)

### 2. Image criteria

- 2.1. devemos manter as cores da marca ou alternativas aceitáveis?
  - 2.2. A miniatura deve representar o produto ou conceitos associados aceitáveis?
  - 2.3. Preferências dos arredores (casa, natureza, escritório, etc.)
  - 2.4. Carga emocional (assustador, bondade, aconchego, alegria, etc.)
  - 2.5. Sexo dos personagens principais, idade, nacionalidade, etc.
  - 2.6. Humor dos personagens principais (triste, feliz, sorridente, cansado, etc.)
  - 2.7. Elementos adicionais (isenção de responsabilidade, CTA, ícones, botões, vendas, descontos, etc.)
    - Elementos preferíveis jpg, png; svg; eps; pdf
    - Disposição e tamanho (por favor fornecer uma amostra se não estiver especificado no Manual de Marca)
    - Fundo (cor, efeitos, amostra é o preferido)
    - Se o CTA for necessário, que mensagem deve ser refletida? Se o preço ou o desconto devem ser especificado, quais são os números?
3. Formato da imagem (imagem completa, colagem, antes e depois)
  4. Enviar amostras de imagens preferíveis

## MANCHETE

1. Tom de voz
2. Call to Action
3. Vantagens do produto/serviço (p. ex., assistência 24 horas)
4. Macros (ex. {Region} ou {Country})
5. Formatos de texto
  - Contar histórias
  - Comparação
  - Resolução de problemas
  - etc.
6. Devemos mencionar o nome do produto/serviço em cada texto do anúncio?

## Texto do anúncio (descrição)

- 1.Tom de voz
- 2.CTA
- 3.Benefícios do produto/serviço (ex. suporte 24 horas)
- 4.Macros
- 5.Formatos de texto
  - contar histórias
  - Comparação
  - Resolução de problemas
  - etc.
- 6.Devemos mencionar o nome do produto/serviço em cada texto do anúncio?

## CTA (call to action)

- 1.Tom de voz
- 2.Mensagem

## Geral

- 1.Quais são as características do produto que devemos focar?
- 2.Há algo que devemos evitar mencionar?
- 3.Qual é o seu público-alvo?
- 4.Rankings criativos preferidos
- 5.Se os materiais criativos são fornecidos pelo cliente, mas há menos materiais do que o número de anúncios solicitados, o que devemos fazer com os anúncios restantes? Devemos apresentar nossas ideias ou devemos usar os materiais duas vezes? (p. ex.: 10 anúncios solicitados, mas os materiais fornecidos podem cobrir apenas 5 deles)
- 6.Abordagens preferíveis: experimentos vs melhor desempenho
- 7.Objetivo da campanha publicitária - redirecionamento, registro, compra, etc

## Recomendações

- 1.Versão atualizada e/ou mais recente do Manual de Marca
- 2.Links úteis: site oficial, redes sociais, etc



© 2022 MGID Inc. All rights reserved.