

APRESENTAÇÃO

PROIBIÇÕES E VEDAÇÕES

PERMITIDO

PROIBIDO

NOVAS REGRAS

IMPULSIONAMENTO DE CONTEÚDO EM MÍDIAS SOCIAIS E EM OUTRAS PLATAFORMAS

CONTROLE DE GASTOS NAS CAMPANHAS FEITAS PELA INTERNET

PROIBIÇÃO DO USO DE PERFIS FALSOS E ROBÔS

REMOÇÃO DE CONTEÚDO

DIREITO DE RESPOSTA



PROPAGANDA
ELEITORAL
NA INTERNET

APRESENTAÇÃO

Este material tem o objetivo de orientar partidos, candidatos e profissionais da área de comunicação digital, no que se refere à propaganda eleitoral na Internet.

Entre as alterações promovidas pela Lei nº 13.488, de 6 de outubro de 2017, na Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas eleitorais, há uma que modifica radicalmente o marketing político na Internet, em especial nas redes sociais.

Ao longo da última década, a Internet vem ganhando cada vez mais importância nas campanhas eleitorais. A cada eleição, a Justiça Eleitoral amplia as possibilidades de uso das plataformas on-line para divulgação de candidatos, partidos e campanhas.

Com o fim das doações de pessoas jurídicas a candidatos, definido por decisão do Supremo Tribunal Federal (ADI nº 4650) – ratificada pela Lei nº 13.165, de 29 de setembro de 2015 – e com a crescente popularização das mídias sociais, as campanhas on-line tendem a ser cada vez mais decisivas.



PROIBIÇÕES E VEDAÇÕES



Para as eleições de 2018, a propaganda eleitoral na Internet só será permitida a partir de 16 de agosto.

Saiba o que é permitido na propaganda eleitoral pela Internet.

É PERMITIDO

Além do art. 36 da Lei nº 9.504/1997 (Lei das Eleições) – que regula a propaganda eleitoral em geral –, o art. 22 da Resolução-TSE nº 23.457, de 15 de dezembro de 2015, e a Lei nº 13.488/2017 dispõem que a propaganda eleitoral na Internet pode ser feita por meio de:

- plataformas *on-line*;
- *site* do candidato, do partido ou da coligação, sendo o endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado em provedor de Internet localizado no Brasil;
- mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, partido ou coligação, desde que ofereça a opção de cancelar o cadastramento do destinatário (no prazo máximo de 48 horas);
- *blogs*, redes sociais e *sites* de mensagens instantâneas com conteúdo produzido ou editado pelo candidato, pelo partido ou pela coligação.



PROIBIÇÕES E VEDAÇÕES



Para as eleições de 2018, a propaganda eleitoral na Internet só será permitida a partir de 16 de agosto.

Saiba o que é proibido na propaganda eleitoral pela Internet.

É PROIBIDO

Ainda de acordo com a Resolução-TSE nº 23.457/2015, é proibido:

- propaganda eleitoral, mesmo que gratuita, em *sites* de pessoas jurídicas;
- propaganda eleitoral em *sites* oficiais ou hospedados por órgãos da administração pública (da União, dos estados, do Distrito Federal e dos municípios);
- venda de cadastro de endereços eletrônicos;
- propaganda por meio de *telemarketing*, em qualquer horário;
- atribuição indevida de autoria de propaganda a outros candidatos, partidos ou coligações.

Obs.: o descumprimento dessas regras pode ocasionar cobrança de multa no valor de R\$5 mil a R\$30 mil e/ou processo criminal e civil, conforme o caso.



NOVAS REGRAS



DENTRE AS ALTERAÇÕES RELATIVAS À PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET PROMOVIDAS NA LEI DAS ELEIÇÕES DESTACAM-SE:

- ♦ impulsionamento de conteúdo em mídias sociais e em outras plataformas;
- ♦ controle de gastos nas campanhas feitas pela Internet;
- ♦ proibição do uso de perfis falsos e robôs;
- ♦ responsabilização pela remoção de conteúdo;
- ♦ direito de resposta pelo mesmo meio utilizado para divulgar o conteúdo infringente.



NOVAS REGRAS



IMPULSIONAMENTO DE CONTEÚDO EM MÍDIAS SOCIAIS E EM OUTRAS PLATAFORMAS

Com a nova redação dada ao art. 57-C da Lei nº 9.504/1997, a propaganda eleitoral na Internet passa a ser permitida durante o período eleitoral quando for utilizada com o único objetivo de impulsionar o alcance de publicações, como no Facebook e no Instagram. Esse impulsionamento deve ser contratado diretamente por meio das plataformas de mídias sociais.

Outra novidade: além das formas tradicionais de impulsionamento de conteúdos nas mídias sociais, a Lei das Eleições estabelece, no § 2º do art. 26, que é considerado impulsionamento a contratação de ferramentas de busca para ter prioridade nos resultados. Assim, a compra de palavras-chave nos buscadores passa a ser permitida durante a campanha eleitoral, desde que respeitados os demais dispositivos legais.

Desse modo, fica liberado o uso de mídia paga para impulsionar essas publicações em mídias sociais e também para garantir posições de destaque nas páginas de respostas dos grandes buscadores, como o Google, por meio de anúncios contratados no Google AdWords.

Ainda em relação às opções de propaganda eleitoral na Internet, o § 5º do art. 39 inclui, entre os crimes eleitorais, a publicidade *on-line* inserida ou o seu impulsionamento na data da eleição. A lei, entretanto, estabelece que podem permanecer *on-line* os impulsionamentos e os conteúdos já contratados antes dessa data.



NOVAS REGRAS



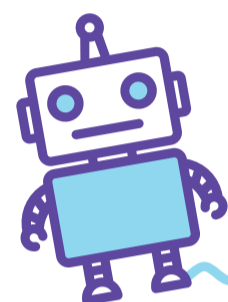
CONTROLE DE GASTOS NAS CAMPANHAS FEITAS PELA INTERNET

A fim de promover o efetivo controle sobre as contas de campanha, principalmente aquela veiculada no ambiente *on-line*, a possibilidade de impulsionamento de conteúdo eleitoral ficará restrita às campanhas oficiais. Além disso, o uso desse recurso deve ficar claro para o eleitor, como já acontece, quando as plataformas de mídias sociais acrescentam à publicação a palavra Patrocinado. Por outro lado, a nova redação da Lei das Eleições inclui os custos contratados com impulsionamento de conteúdos entre os gastos eleitorais sujeitos a registro e limites legais. Assim, será obrigatório declarar também à Justiça Eleitoral, na prestação de contas de campanha, quais ferramentas receberam recursos para impulsionamento de campanhas eleitorais na Internet, da mesma forma como se exige de outros canais e modalidades de *marketing*.

Ademais, a contratação do serviço de impulsionamento deve ser realizada exclusivamente por partidos, coligações, candidatos ou seus representantes e diretamente por meio da ferramenta responsável pelo serviço, cujo provedor deve ter sede e foro no Brasil, ou com filial, sucursal, escritório, estabelecimento ou representante legalmente estabelecido no país, como em outros casos referentes a *marketing* político *on-line*.



NOVAS REGRAS



PROIBIÇÃO DO USO DE PERFIS FALSOS E ROBÔS

As regras para a propaganda eleitoral na Internet em 2018 também trouxeram três importantes dispositivos para garantir a lealdade nas campanhas eleitorais. O primeiro deles diz respeito ao combate aos já conhecidos perfis falsos (*fakes*) e proíbe a veiculação de conteúdos de cunho eleitoral por meio de cadastro em serviços *on-line* com a intenção de falsear identidade. Outro trata da restrição do impulsionamento de conteúdos eleitorais às ferramentas disponibilizadas pelos provedores de aplicação diretamente contratados. Com isso, é vedado o uso de outros dispositivos ou programas, tais como robôs, notoriamente conhecidos por distorcerem a repercussão de conteúdo. Por último, o que se refere ao uso do recurso de impulsionamento somente com a finalidade de promoção ou benefício dos próprios candidatos ou suas agremiações.

Na prática, fica proibido o uso de impulsionamento para campanhas que visem somente denegrir a imagem de outros candidatos. Essa estratégia, tão utilizada nas eleições anteriores nos meios digitais, ficou conhecida entre os profissionais de *marketing* como “desconstrução de candidatura”.



NOVAS REGRAS



REMOÇÃO DE CONTEÚDO

A responsabilidade por danos causados pelo conteúdo impulsionado somente pode ser atribuída aos provedores que deixarem de tornar indisponível o conteúdo que tenha sido apontado como infringente pela Justiça Eleitoral, no prazo por ela determinado, respeitados os limites técnicos do serviço.

A multa pela prática de propaganda na Internet em desacordo com a lei é de R\$5 mil a R\$30 mil ou o dobro do valor despendido na infração, caso este supere o limite máximo da multa. A esta estão sujeitos o responsável pelo conteúdo e também o beneficiário da infração, caso tenha conhecimento comprovado da violação.

Por outro lado, os provedores de aplicações na Internet que disponibilizarem o recurso de impulsionamento de conteúdo serão obrigados a ter um canal de comunicação com o usuário.



NOVAS REGRAS



DIREITO DE RESPOSTA

A nova redação da Lei das Eleições manteve o princípio de que a repercussão do direito de resposta deve servir-se dos mesmos meios utilizados para divulgar o conteúdo infringente. Desse modo, as regras para a propaganda eleitoral na Internet em 2018 estabelecem que, para o direito de resposta, deverá adotar-se o mesmo impulsionamento utilizado para o conteúdo infringente. Já a suspensão de acesso ao conteúdo informativo dos *sites* e *blogs* que deixarem de cumprir as disposições da lei – a qual era antes de 24 horas – passa a ser de no máximo 24 horas e será definida proporcionalmente à gravidade da infração, no âmbito e nos limites técnicos de cada aplicação.