



SENADO FEDERAL
Liderança do Partido dos Trabalhadores

EMENDA Nº
(ao PLP 112/2021)

Inclua-se o seguinte § 5º ao art. 446, renumerando-se os §§ 5º e 6º; acrescentem-se os §§ 4º, 5º e 6º e dê-se nova redação ao caput e ao § 2º do art. 496:

“Art. 446.....

.....

§ 5º O uso de impulsionamento de conteúdos que não sejam de cunho político-eleitoral para promoção de pré-candidato cujos canais, perfis ou páginas sejam utilizados para atividades comerciais ou profissionais poderá ser objeto de representação eleitoral para que tais gastos sejam computados no limite de gastos nos termos dos §§ 3º e 4º.

.....

.....

Art. 496. É livre a contratação de impulsionamento de propaganda eleitoral por meio de mídias sociais, aplicações e mecanismos de busca de internet, desde que, no período eleitoral, identificada de forma inequívoca como tal e contratada exclusivamente em nome de partidos políticos, coligações e candidatos, contendo, obrigatoriamente, de forma clara e legível, o número de inscrição no CNPJ ou o número de inscrição no CPF do responsável, além da expressão “Propaganda Eleitoral”.

.....

.....

§ 2º Será assegurada a fiscalização de todos os valores utilizados e do conteúdo veiculado nas mídias sociais a que alude este artigo,



cabendo às plataformas digitais responsáveis pela campanha de anúncios ou pelo impulsionamento disponibilizar todos os dados necessários à análise e acompanhamento dos recursos que transitaram na contratação de seus serviços e dos conteúdos divulgados nas contas de mídias sociais utilizadas em campanha ou de eventuais apoiadores, conforme regulamentação do Tribunal Superior Eleitoral.

.....

.....

§ 4º É proibida qualquer modalidade de propaganda paga, inclusive impulsionamento, que não seja contratada pelo candidato ou partido e que tenha por objetivo beneficiar candidatura, mesmo que de forma indireta ou implícita.

§ 5º É vedado aos candidatos e partidos políticos, durante o período da campanha eleitoral, o impulsionamento em suas páginas, perfis e canais, de qualquer conteúdo que não seja de cunho político-eleitoral, com finalidade de exploração comercial ou profissional da página, perfil ou canal.

§ 6º Em caso de descumprimento do disposto no § 5º, qualquer impulsionamento realizado pelo candidato, mesmo que o conteúdo não seja político eleitoral, será considerado conteúdo de propaganda eleitoral, devendo assim ser computado na prestação de contas e incluído dentro do teto de gastos, não afastando a apuração de outros ilícitos e abusos.”

JUSTIFICAÇÃO

O § 5º acrescido ao art. 446 prevê a possibilidade de representação eleitoral para os casos em que pré-candidatos utilizem o mecanismo do impulsionamento para aumentar o alcance de conteúdos que não sejam político-eleitorais mas que inflem seus perfis ou canais de maneira a criar desequilíbrio na disputa eleitoral.

No art. 496, a redação original do *caput* não deixa clara a delimitação das regras da contratação de impulsionamento, dando margem a distintas compreensões sobre a possibilidade de contratação de campanha de anúncios fora



Assinado eletronicamente, por Sen. Rogério Carvalho

Para verificar as assinaturas, acesse <https://legis.senado.gov.br/autenticadoc-legis/3679133713>

da modalidade do impulsionamento. É necessário cristalizar que a contratação de campanhas com as plataformas digitais deve ser feita mediante impulsionamento.

Ao § 2º acrescenta-se previsão de que o TSE regulamentará as ferramentas de transparência da contratação de impulsionamento nas plataformas. As bibliotecas de anúncios são instrumentos fundamentais de transparência e o seu funcionamento deve ser regulamentado em cada processo via resolução eleitoral, dado que a tecnologia empregada está em constante atualização.

Agregam-se, ainda, três parágrafos para coibir o abuso da ferramenta de impulsionamento de conteúdo. Nas últimas campanhas eleitorais, observou-se com frequência a utilização de contratação de impulsionamento por pessoas não candidatas que beneficiavam determinadas candidaturas. Além disso, também se observam candidatos que usam perfis e canais em redes sociais de maneira comercial e que impulsionam postagens que supostamente não são político-eleitorais, mas que acabam por provocar desequilíbrios na disputa, já que inflam artificialmente seus perfis.

Visando coibir o impacto desse tipo de conduta no pleito, pedimos aos Nobres Pares apoio para aprovar a Emenda.

Sala da comissão, de .

**Senador Rogério Carvalho
(PT - SE)
Líder do PT**



Assinado eletronicamente, por Sen. Rogério Carvalho

Para verificar as assinaturas, acesse <https://legis.senado.gov.br/autenticadoc-legis/3679133713>