



COMISSÃO
EUROPEIA

Bruxelas, 25.11.2021
COM(2021) 731 final

2021/0381 (COD)

Proposta de

REGULAMENTO DO PARLAMENTO EUROPEU E DO CONSELHO

sobre a transparência e o direcionamento da propaganda política

(Texto relevante para efeitos do EEE)

{SEC(2021) 575 final} - {SWD(2021) 355 final} - {SWD(2021) 356 final}

EXPOSIÇÃO DE MOTIVOS

1. CONTEXTO DA PROPOSTA

• Razões e objetivos da proposta

A presente proposta visa, antes de mais, contribuir para o bom funcionamento do **mercado interno da propaganda política**, estabelecendo regras harmonizadas para **um elevado nível de transparência da propaganda política e dos serviços conexos**. Estas regras **serão aplicáveis aos prestadores de serviços de propaganda política**.

Visa igualmente proteger as pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais, estabelecendo regras sobre a utilização de técnicas de **direcionamento e amplificação** no contexto da propaganda política. Estas regras **serão aplicáveis a todos os responsáveis pelo tratamento de dados, ou seja, para além dos prestadores de serviços de propaganda política**, que recorram a tais técnicas de direcionamento e amplificação.

Uma vez que é normalmente fornecida mediante remuneração, a propaganda política, incluindo a propaganda política, constitui uma atividade de serviços na aceção do artigo 57.º do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia («TFUE»). O mesmo se aplica às diferentes atividades relacionadas com a propaganda política, incluindo a preparação de conteúdos e de campanhas, a sua colocação num meio de distribuição e a sua publicação e divulgação. Consequentemente, as pessoas singulares e coletivas da UE que prestam esses serviços transfronteiras beneficiam das liberdades fundamentais, em particular a liberdade de estabelecimento e a livre circulação de serviços, que estão entre os princípios fundamentais da ordem jurídica da UE. A prestação de serviços transfronteiras implica a liberdade de oferta e prestação dos serviços noutro Estado-Membro que não o Estado-Membro de estabelecimento. Implica igualmente a liberdade de receber os serviços além-fronteiras. A livre circulação de serviços abrange não só as situações em que o prestador ou o destinatário se deslocam além-fronteiras, mas também as situações em que o serviço é prestado transfronteiras. A prestação de serviços de publicidade é regulada de diferentes formas nos vários Estados-Membros, de acordo com os meios de comunicação social utilizados para publicar ou divulgar os conteúdos publicitários (por exemplo, imprensa, audiovisual, plataformas em linha, etc.) e dos objetivos perseguidos pelas regras aplicáveis (por exemplo, a proteção dos consumidores). Os serviços de propaganda política estão sujeitos a regras específicas adicionais que impõem obrigações aos patrocinadores – em particular aos intervenientes políticos – e aos prestadores de serviços.

Os serviços de propaganda política estão a desenvolver-se na UE. O crescimento global e o aumento particularmente significativo dos serviços em linha relevantes, num contexto de regulamentação fragmentada e aplicada de forma desigual, suscitaram preocupações quanto ao facto de o mercado interno não estar atualmente preparado para fornecer propaganda política a um elevado nível de transparência, a fim de assegurar um processo democrático justo e aberto em todos os Estados-Membros. Tais preocupações quanto às lacunas regulamentares e à transparência insuficiente já levaram alguns Estados-Membros a intervir com medidas, e outros estão a planear intervir, mas a ação a nível nacional não pode colmatar lacunas na aplicação transfronteiras.

A regulamentação nacional em matéria de propaganda política impõe obrigações aos prestadores de serviços de propaganda política que condicionam a disponibilidade da

propaganda política e determinam os elementos do seu conteúdo a fim de proporcionar uma transparência específica. Essas regras nacionais visam, nomeadamente, assegurar a responsabilização e a organização global de um processo político justo e aberto, incluindo através do apoio ao controlo do cumprimento por parte dos intervenientes políticos com obrigações neste domínio. Estas **regras nacionais estão significativamente fragmentadas**, nomeadamente no que diz respeito às definições pertinentes e à natureza das obrigações.

A fragmentação das definições de propaganda política nos Estados-Membros coloca desafios quando se trata de determinar se os anúncios são considerados propaganda política. Existem diferenças substanciais no âmbito e no conteúdo das obrigações de transparência aplicáveis aos prestadores de serviços no domínio da propaganda política nos Estados-Membros e entre os Estados-Membros, em função dos meios e das tradições políticas nacionais, o que conduz a uma fragmentação. Alguns Estados-Membros apenas proíbem a propaganda política anónima, outros exigem que sejam exibidas no anúncio informações específicas sobre o financiamento ou sobre a identidade do patrocinador e alguns Estados-Membros têm requisitos em matéria de rotulagem da propaganda política ou no que diz respeito a uma separação clara entre o conteúdo publicitário e editorial.

As mudanças tecnológicas — em particular no ambiente em linha, que permitiu a proliferação de diferentes novos meios de comunicação social e métodos de financiamento, preparação, colocação, promoção, publicação e divulgação de propaganda política — **tornaram mais complexa a situação fragmentada e as questões relacionadas com o acompanhamento e a aplicação da legislação.** Por vezes, não é claro se os requisitos, que podem ser estabelecidos pelas regras gerais contidas nas leis eleitorais, se aplicam a todos os meios de comunicação, incluindo no ambiente em linha, o que constitui uma fonte de maior insegurança jurídica para os prestadores de serviços de propaganda política.

Esta fragmentação aumentará à medida que os Estados-Membros desenvolverem novas regras para dar resposta à necessidade de garantir a transparência da propaganda política, em especial no contexto da evolução tecnológica. As novas regras nacionais *ad hoc* irão provavelmente aumentar a fragmentação dos elementos essenciais em matéria de transparência, tais como os que respeitam às informações a publicar e ao seu formato, bem como o âmbito de aplicação destes requisitos. É também provável que tal reduza ainda mais a segurança jurídica, tanto para os prestadores de serviços de propaganda política como para os patrocinadores dos anúncios.

Esta **fragmentação** dos requisitos de transparência cria obstáculos à prestação dos serviços. **Implica custos de conformidade específicos** para os prestadores de serviços que têm de investir na determinação das normas aplicáveis e na adaptação dos anúncios às diferentes jurisdições, constituindo simultaneamente uma fonte de insegurança jurídica quanto aos requisitos de transparência aplicáveis à propaganda política. Esta fragmentação **limita igualmente a possibilidade** de os prestadores de serviços que poderiam oferecer os seus serviços relacionados com a propaganda política em diferentes Estados-Membros entrarem no mercado de outros Estados-Membros ou desenvolverem novos serviços. Por conseguinte, **restringe também as possibilidades dos destinatários de serviços** no mercado interno e limita as possibilidades e a escolha de campanhas transfronteiriças. As pequenas e médias empresas («PME»), em particular, podem não ter capacidade para lidar com a determinação e a adaptação a todos os diferentes requisitos e procedimentos nacionais. Durante a consulta realizada no âmbito da elaboração da presente proposta, os prestadores de serviços de propaganda política manifestaram preocupações quanto a estes obstáculos.

Tal também tem impacto nos cidadãos e nas autoridades competentes, uma vez que os editores de propaganda política e os prestadores de serviços conexos podem estar localizados num Estado-Membro diferente daquele em que se encontram os cidadãos destinatários da propaganda política, com questões específicas relacionadas com a supervisão.

A rápida evolução tecnológica, o contexto regulamentar cada vez mais fragmentado e problemático e o aumento dos montantes gastos em propaganda política **demonstram a necessidade de atuação** a nível da UE para garantir a livre circulação dos serviços de propaganda política em toda a União, assegurando simultaneamente o elevado nível de transparência, que torna os processos eleitorais na UE mais abertos e justos.

As medidas propostas baseiam-se na análise da legislação em vigor ou prevista dos Estados-Membros, no domínio da propaganda política.

Neste contexto, a presente proposta deverá prever um requisito de transparência harmonizado aplicável aos agentes económicos que prestam serviços de propaganda política e serviços conexos (ou seja, atividades normalmente realizadas mediante remuneração), relacionados com a preparação, colocação, promoção, publicação e divulgação de propaganda política, ou com anúncios dirigidos aos cidadãos de um Estado-Membro.

A presente proposta visa igualmente proteger as pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais, estabelecendo regras sobre a utilização do direcionamento no contexto da divulgação de propaganda política.

Os **dados pessoais** recolhidos diretamente junto dos cidadãos ou obtidos através da sua atividade em linha, da definição de perfis comportamentais e de outras análises **são utilizados para direcionar mensagens políticas** para os cidadãos, dirigindo os anúncios para grupos, e para **amplificar o seu impacto e circulação**, adaptando o conteúdo e a sua divulgação com base em características determinadas através do tratamento desses dados pessoais e da sua análise. Verificou-se que o tratamento de dados pessoais para esses fins, nomeadamente dados considerados sensíveis nos termos do Regulamento (UE) 2016/679 e do Regulamento (UE) 2018/1725, tem **efeitos negativos específicos nos direitos dos cidadãos**, incluindo nas suas liberdades de opinião e de informação, na tomada de decisões políticas e no exercício dos seus direitos de voto. Alguns Estados-Membros também tentaram ou estão a ponderar intervir no que diz respeito ao direcionamento dos anúncios. Num contexto em que as regras relativas à proteção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento dos seus dados pessoais e à livre circulação desses dados são harmonizadas, é necessária e adequada uma ação a nível da União para assegurar uma proteção adicional específica dos dados pessoais quando estes são utilizados no contexto do direcionamento da propaganda política.

Por conseguinte, a presente proposta deverá abordar igualmente a utilização de técnicas de direcionamento e amplificação no contexto da publicação, divulgação ou promoção de propaganda política que envolva o tratamento de dados pessoais por parte de todos os responsáveis pelo tratamento, ou seja, para além dos prestadores de serviços de propaganda política.

A necessidade de abordar estas questões foi anunciada nas orientações políticas da Presidente da Comissão e está em consonância com o Plano de Ação para a Democracia Europeia¹ («EDAP»), apresentado pela Comissão em dezembro de 2020. O plano de ação reconheceu a

¹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=COM%3A2020%3A790%3AFIN&qid=1607079662423>

necessidade de uma maior transparência na publicidade e comunicação de cariz político, bem como nas atividades comerciais que as rodeiam, para que os cidadãos, a sociedade civil e as autoridades responsáveis possam discernir claramente a origem e a finalidade de tais anúncios.

É necessário pôr em prática estas medidas em 2023 para que estejam em vigor antes das eleições de 2024 para o Parlamento Europeu.

- **Coerência com as disposições vigentes no mesmo domínio de intervenção**

A presente proposta complementa o Regulamento Serviços Digitais («RSD»)², que inclui determinadas obrigações gerais de transparência para os intermediários em linha, no que diz respeito à transparência da publicidade em linha, e o quadro mais amplo da UE para o mercado dos serviços digitais³. Abrangerá atividades quer em linha, quer fora de linha. Comparativamente ao RSD, aumenta as categorias de informações a divulgar no contexto da propaganda política, bem como o âmbito de intervenção dos prestadores de serviços em causa. Embora o RSD imponha requisitos de transparência às plataformas em linha, esta iniciativa abrange todo o espectro dos editores de propaganda política, bem como outros prestadores de serviços relevantes envolvidos na preparação, colocação, promoção, publicação e divulgação da propaganda política. Há uma complementaridade e sinergias com o requisito previsto no RSD de que as plataformas em linha de grande dimensão avaliem os riscos sistémicos decorrentes do funcionamento e da utilização de sistemas de seleção e apresentação de anúncios, com efeitos reais ou previsíveis relacionados com os processos eleitorais.

A proposta está em consonância com o pacote eleitoral apresentado em setembro de 2018, incluindo a Recomendação sobre as redes de cooperação eleitoral, a transparência em linha, a proteção contra os incidentes de cibersegurança e as campanhas de desinformação⁴, que promove a cooperação entre as autoridades competentes a nível nacional e da União para proteger as eleições e contém recomendações específicas destinadas a promover a transparência da comunicação de cariz político, bem como orientações sobre a aplicação da legislação da União em matéria de proteção de dados que apoiam o cumprimento do Regulamento (UE) 2016/679.

O Regulamento (UE) 2016/679 e outras normas da União em matéria de proteção dos dados pessoais e da privacidade das comunicações (incluindo o Regulamento (UE) 2018/1725 e a Diretiva 2002/58/CE) já são aplicáveis ao tratamento de dados pessoais no contexto da propaganda política. A presente proposta de regulamento tem por base e complementa as disposições aplicáveis ao tratamento de dados pessoais no contexto da propaganda política constantes do Regulamento (UE) n.º 2016/679 e do Regulamento (UE) n.º 2018/1725. Codifica elementos das orientações fornecidas pelo Comité Europeu para a Proteção de

² https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12418-Pacote-legislativo-sobre-os-servicos-digitais-instrumento-regulamentar-ex-ante-de-plataformas-em-linha-muito-grandes-que-funcionam-como-filtros_pt e https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12417-Pacote-legislativo-sobre-os-servicos-digitais-aprofundar-o-mercado-interno-e-clarificar-as-responsabilidades-dos-servicos-digitais_pt

³ Tal inclui ações não vinculativas <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-recommendation-measures-effectively-tackle-illegal-content-online>; bem como uma ação voluntária https://ec.europa.eu/newsroom/just/document.cfm?doc_id=42985

⁴ https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/soteu2018-cybersecurity-elections-recommendation-5949_en.pdf

Dados, tornando obrigatória, no contexto da propaganda política, a informação a fornecer ao titular dos dados (a origem dos dados e a lógica subjacente)⁵.

Baseia-se também no Código de Conduta da UE sobre Desinformação, que estabelece compromissos para as plataformas em linha no que diz respeito à transparência da propaganda política e da publicidade temática e que está atualmente a ser revisto pelos signatários e potenciais signatários do Código, em conformidade com as orientações da Comissão relativas ao reforço do Código de Conduta⁶. Os compromissos e as medidas adotados ao abrigo do Código de Conduta deverão criar uma ponte com a atual legislação, com soluções práticas lideradas pela indústria. Uma vez adotada a presente legislação, os signatários do Código deverão aplicar e completar as suas regras também no âmbito do Código de Conduta.

Na medida em que tais obrigações sejam da competência dos reguladores designados no âmbito dos quadros existentes, devem ser controladas e aplicadas pelos mesmos organismos e coordenadas entre as estruturas de cooperação europeias existentes e previstas, incluindo o Comité Europeu para a Proteção de Dados. A Rede Europeia de Cooperação para as Eleições, criada em 2018, que reúne pontos de contacto das redes eleitorais nacionais compostos por diferentes autoridades com competência na matéria, deverá fornecer um quadro de apoio ao reforço da coordenação e do intercâmbio de boas práticas entre as autoridades competentes no contexto da propaganda política.

- **Coerência com outras políticas da União**

A presente proposta está também estreitamente relacionada com o trabalho em curso sobre as outras iniciativas do pacote relativo à transparência e à democracia do programa de trabalho da Comissão⁷.

O Plano de Ação para a Democracia Europeia inclui uma série de iniciativas destinadas a proteger a integridade das eleições e a promover a participação democrática. Baseia-se, nomeadamente, na experiência adquirida no contexto da aplicação do pacote eleitoral da Comissão de 2018⁸ e no trabalho da Rede Europeia de Cooperação para as Eleições.

A presente proposta complementa igualmente a proposta de alteração do Regulamento (UE, Euratom) n.º 1141/2014 relativo ao estatuto e ao financiamento dos partidos políticos europeus e das fundações políticas europeias. A alteração a este regulamento apresentada pela Comissão contém regras específicas destinadas a garantir que os partidos políticos europeus cumprem elevados padrões de transparência quando divulgam propaganda política.

Por último, a presente proposta está em sinergia com os esforços levados a cabo pela UE a nível externo, no domínio da observação eleitoral (Missões de Observação Eleitoral da UE e respetivo seguimento). As missões de observação eleitoral (MOE) avaliam a propaganda política em linha durante as campanhas eleitorais e podem recomendar medidas para melhorar o seu quadro regulamentar durante um processo eleitoral. A União Europeia aconselha e apoia então os países parceiros na aplicação destas recomendações, juntamente com os parceiros internacionais. Foram elaboradas orientações comuns sobre a observação de campanhas em

⁵ https://edpb.europa.eu/system/files/2021-04/edpb_guidelines_082020_on_the_targeting_of_social_media_users_en.pdf

⁶ Orientações da Comissão Europeia relativas ao reforço do Código de Conduta sobre Desinformação [COM(2021) 262 final] <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/guidance-strengthening-code-practice-disinformation>

⁷ https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/2021_commission_work_programme_annexes_en.pdf

⁸ Consultar https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/eu-citizenship/electoral-rights_en

linha no contexto da Declaração de Princípios para a Observação Internacional de Eleições, aprovada pelas Nações Unidas.

2. BASE JURÍDICA, SUBSIDIARIEDADE E PROPORCIONALIDADE

• Base jurídica

A base jurídica da proposta é, em primeiro lugar, o artigo 114.º do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia («TFUE»), que prevê a adoção de medidas para assegurar o estabelecimento e o funcionamento do mercado interno. Esta disposição permite medidas relativas à aproximação das disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros que tenham por objeto o estabelecimento e o funcionamento do mercado interno. Constitui a base jurídica adequada para uma intervenção que abranja os prestadores de serviços no mercado interno e resolva as diferenças entre as disposições dos Estados-Membros que entravam as liberdades fundamentais e têm um efeito direto sobre o funcionamento do mercado interno.

Existem e estão a desenvolver-se diferenças nas legislações nacionais, dado que alguns Estados-Membros legislaram ou tencionam legislar sobre os requisitos de transparência aplicáveis aos serviços de propaganda política. Esta situação cria fragmentação regulamentar, na medida em que as regras relativas à transparência dos serviços de propaganda política divergem nos elementos específicos de transparência que exigem (a informação a divulgar com um anúncio e o seu formato) e no seu âmbito (os tipos de anúncios considerados políticos e os meios de comunicação social visados) e aumentam os custos de conformidade para os prestadores de serviços que operam no mercado interno. Sem a tomada de medidas a nível da União, esta situação agravar-se-á ainda mais com a adoção de novas iniciativas em alguns Estados-Membros, enquanto noutros a questão da transparência dos serviços de propaganda política continua por resolver. Por conseguinte, é necessária uma harmonização a nível da UE, e o artigo 114.º do TFUE constitui a base jurídica pertinente para esta iniciativa. Esta iniciativa eliminará certos obstáculos existentes relacionados com a transparência e melhorará verdadeiramente o funcionamento do mercado interno. Para o funcionamento do mercado interno não é necessário nem adequado, à luz das competências da União, intervir através de regras nacionais que restrinjam a disponibilidade de serviços de propaganda política a determinadas categorias de patrocinadores ou períodos, ou que limitem o financiamento ou o meio que pode ser utilizado. Tais regras são intrínsecas à legislação eleitoral nacional e não fazem parte do funcionamento do mercado interno.

Além disso, tendo em conta que a presente proposta contém determinadas regras específicas sobre a proteção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais, nomeadamente restrições às técnicas de direcionamento que se considera afetarem negativamente os direitos quando utilizados no contexto da propaganda política, é conveniente fundamentar o presente regulamento, no que diz respeito a essas regras específicas, no artigo 16.º do TFUE.

• Subsidiariedade (no caso de competência não exclusiva)

De acordo com o princípio da subsidiariedade estabelecido no artigo 5.º, n.º 3, do Tratado da União Europeia, a UE apenas deverá intervir quando os objetivos da ação considerada não possam ser suficientemente alcançados pelos Estados-Membros por si só, podendo, por conseguinte, devido às dimensões ou aos efeitos da ação considerada, ser mais bem alcançados ao nível da UE.

Vários Estados-Membros legislaram ou tencionam legislar no domínio da transparência da propaganda política. Uma vez que estas regras divergem quanto ao seu âmbito, conteúdo e efeito, está a surgir um quadro fragmentado de regras nacionais, que corre o risco de se tornar ainda mais fragmentado. Tal compromete o exercício efetivo da liberdade de estabelecimento e da liberdade de prestação de serviços na União.

Além disso, a natureza transfronteiriça de algumas das atividades, incluindo no ambiente em linha, cria desafios significativos à regulamentação exclusivamente nacional neste domínio. É pouco provável que os Estados-Membros, agindo de forma independente, consigam resolver eficazmente os problemas identificados. Além disso, a distinção entre situações puramente internas e situações potencialmente transfronteiriças é, na prática, difícil.

A necessidade de intervenção da UE foi igualmente demonstrada pela ação de determinados prestadores de serviços de propaganda política e dos intervenientes políticos que os utilizam. Durante as últimas eleições europeias, algumas grandes plataformas em linha tomaram medidas para dar resposta ao desafio colocado pela insegurança jurídica e pela fragmentação do mercado interno, que resultou na sua compartimentação. Esta revelou-se uma questão importante para os patrocinadores de propaganda política, ou seja, os partidos políticos que procuram publicar e divulgar propaganda política em toda a UE.

A existência de normas comuns a nível da UE que garantam uma transparência elevada no que respeita à propaganda política e aos serviços conexos proporcionaria uma maior segurança jurídica, especialmente para os prestadores de serviços. Os custos de conformidade adicionais da prestação de um serviço transfronteiriças seriam eliminados e o risco de incumprimento seria reduzido. Tal eliminaria, por sua vez, o incentivo aos prestadores de serviços de propaganda política para compartimentarem o mercado interno e proporcionaria um novo incentivo à prestação de serviços transfronteiriços e ao desenvolvimento de novos serviços.

Em contrapartida, os efeitos de qualquer medida tomada ao abrigo da legislação nacional seriam limitados a um único Estado-Membro e correr-se-ia o risco de serem contornados ou difíceis de supervisionar relativamente aos prestadores de serviços de outros Estados-Membros, podendo entrar em conflito com a livre circulação no mercado interno. Tal também não resolveria os problemas identificados a nível da UE, podendo também exacerbar os efeitos da fragmentação. Um sistema da UE ajudaria também as autoridades competentes nas suas funções de supervisão e outras partes interessadas a desempenharem o seu papel no processo democrático, e a aumentar a resiliência global da UE à manipulação de informações e à interferência nos processos eleitorais, incluindo a desinformação.

O regulamento proposto não excede o necessário e, em particular, não trata de outras questões relacionadas com a propaganda política para além da transparência e da utilização de técnicas de direcionamento. Não interfere com outros aspetos regulados a nível nacional, como a legalidade do conteúdo da propaganda política e os períodos durante os quais são permitidos anúncios, nem com a natureza dos participantes no processo democrático.

A presente proposta de regulamento não prevê necessariamente a criação de quaisquer autoridades ou organismos adicionais a nível dos Estados-Membros. Confia a supervisão e a aplicação das suas disposições às autoridades nacionais competentes neste domínio, incluindo as que têm funções designadas ao abrigo da legislação da União em vigor nesta matéria. Por conseguinte, os Estados-Membros podem nomear e recorrer aos conhecimentos especializados das autoridades setoriais existentes, às quais serão igualmente atribuídos os poderes de controlo e execução das disposições do presente regulamento. Os

Estados-Membros serão responsáveis por assegurar que estas autoridades disponham da capacidade necessária para assegurar a proteção dos direitos dos cidadãos no contexto de uma propaganda política transparente.

Os Estados-Membros apoiar-se-ão numa estrutura de cooperação designada a nível da União. Terão de designar as autoridades ao abrigo do Regulamento (UE) 2016/679 para controlar o cumprimento das disposições em matéria de direcionamento estabelecidas pelo presente regulamento. O Comité Europeu para a Proteção de Dados e o procedimento de controlo da coerência estabelecido ao abrigo desse regulamento serão aplicáveis em conformidade.

O presente regulamento ajudará as autoridades nacionais competentes a desempenharem as suas funções de forma mais eficiente, especialmente no que diz respeito aos anúncios em linha e transfronteiras, exigindo a prestação de informações sobre serviços de propaganda política.

A cooperação entre as autoridades competentes para o desempenho das suas funções será essencial. As redes eleitorais nacionais criadas com base na Recomendação C(2018) 5949 final preveem uma estrutura para essa cooperação entre as autoridades a nível nacional, respeitando simultaneamente a competência de cada autoridade que faz parte desta rede.

A Comissão apoiará a cooperação entre as autoridades a nível da União, nomeadamente no âmbito da Rede Europeia de Cooperação para as Eleições.

Tal apoiará o surgimento de um mercado europeu regulado e inovador de serviços de propaganda política, que mereça a confiança dos cidadãos e que apoie a integridade do processo democrático.

- **Proporcionalidade**

No que diz respeito à proporcionalidade, o conteúdo e a forma da ação proposta não excedem o que é necessário para atingir o objetivo de garantir o bom funcionamento do mercado interno.

A proposta baseia-se nos quadros jurídicos existentes e futuros da UE, incluindo o Regulamento (UE) 2016/679 e o Regulamento Serviços Digitais, e é proporcional e necessária para alcançar os seus objetivos. As medidas previstas são necessárias para combater a fragmentação do quadro regulamentar aplicável.

A proporcionalidade das obrigações de transparência foi cuidadosamente analisada e reflete-se, por exemplo, no estabelecimento de obrigações assimétricas para diferentes tipos de prestadores de serviços de propaganda política. Outras opções, como a proibição da prestação de serviços de propaganda política transfronteiras ou o direcionamento para fins de propaganda política em todas as situações, foram rejeitadas, uma vez que se afiguram desproporcionadas para atingir os objetivos do presente regulamento.

A proposta estabelece obrigações de transparência limitadas para todos os prestadores de serviços de propaganda política envolvidos na preparação, colocação, promoção, publicação e divulgação de propaganda política, incluindo a manutenção de registos da sua participação em anúncios de cariz político específicos. Os editores de anúncios, que estão em contacto direto com os cidadãos, devem, por sua vez, cumprir obrigações específicas em matéria de transparência, incluindo a preparação e a publicação de um aviso de transparência para cada anúncio publicado. As PME estão isentas da apresentação periódica de relatórios sobre

propaganda política e estão autorizadas a designar uma pessoa externa como ponto de contacto para a interação com as autoridades nacionais competentes. A Comissão tenciona promover os esforços de conformidade resultantes do presente regulamento, apoiando a formação, a sensibilização e outras medidas.

Os custos incorridos pelos operadores são proporcionados aos objetivos alcançados e aos benefícios económicos e reputacionais que os operadores podem esperar desta proposta. A eliminação dos obstáculos resultantes da insegurança jurídica e da fragmentação fomentará o desenvolvimento de um setor europeu de serviços de propaganda política baseado em elevados padrões de transparência e permitirá a expansão das empresas nacionais existentes.

As limitações ao direcionamento da propaganda política são proporcionadas, uma vez que o seu âmbito de aplicação está estritamente restringido às atividades específicas de direcionamento no contexto político identificadas como representando um risco significativo para os direitos fundamentais das pessoas.

- **Escolha do instrumento**

O artigo 114.º e o artigo 16.º do TFUE conferem ao legislador o poder de adotar regulamentos e diretivas.

Um regulamento é considerado o instrumento jurídico mais adequado para definir o quadro para a transparência da propaganda política na União. A escolha de um regulamento como instrumento jurídico justifica-se pela necessidade de uma aplicação uniforme das novas regras, como a definição de propaganda política e as obrigações de transparência que os prestadores de serviços de propaganda política devem cumprir quando preparam ou divulgam anúncios de cariz político.

A aplicabilidade direta de um regulamento em conformidade com o artigo 288.º do TFUE reduzirá a fragmentação jurídica e proporcionará maior segurança jurídica através da introdução de elevados padrões de transparência para a propaganda política, o que proporcionará segurança jurídica aos prestadores dos serviços em questão e evitará divergências que dificultem a livre prestação dos serviços em questão no mercado interno.

No entanto, as disposições da proposta de regulamento não afetam as competências nacionais para a organização do processo eleitoral e deixam margem à indústria para estabelecer normas que permitam a publicação e a transmissão eficientes de informações ao abrigo do regulamento, a racionalização do cumprimento e a promoção da inovação.

No que diz respeito ao enquadramento das técnicas específicas de direcionamento, a utilização de um regulamento está em conformidade com o Regulamento (UE) 2016/679, que é, também ele, um regulamento.

3. RESULTADOS DAS AVALIAÇÕES *EX POST*, DAS CONSULTAS DAS PARTES INTERESSADAS E DAS AVALIAÇÕES DE IMPACTO

- **Consulta das partes interessadas**

A presente proposta é o resultado de uma ampla consulta das partes interessadas, na qual a Comissão aplicou os princípios gerais e as regras mínimas de consulta das partes interessadas.

Uma consulta sobre a avaliação de impacto inicial, publicada em 26 de janeiro de 2021, forneceu informações para desenvolver a definição do problema e as opções políticas. Entre

22 de janeiro e 2 de abril de 2021, realizou-se uma consulta pública aberta. A consulta pública aberta foi promovida através do sítio Web da Comissão, bem como através de redes específicas.

A Comissão organizou reuniões com as principais partes interessadas para recolher elementos comprovativos e dados adicionais sobre os problemas específicos abordados pela iniciativa, bem como sobre a abordagem política e o seu impacto. Realizou igualmente consultas bilaterais específicas e analisou uma série de documentos de posição e de análise recebidos, especialmente no contexto da preparação da iniciativa. A preparação da avaliação de impacto subjacente à iniciativa foi apoiada por um estudo externo. O contratante realizou uma série de consultas individuais com as principais partes interessadas.

De uma forma geral, existe consenso entre as partes interessadas quanto à necessidade de ação a nível da União. Uma grande maioria das partes interessadas concorda que existem lacunas legislativas ou que é necessária nova legislação. Uma pequena parte manifestou preocupações relativas às questões eleitorais como uma prerrogativa nacional.

A consulta pública aberta mostra que a maioria dos **cidadãos** considera que os editores de propaganda política devem conservar determinadas informações básicas dos responsáveis pela colocação desses anúncios.

Os **prestadores de serviços de propaganda política** solicitaram, em especial, uma definição comum da UE que lhes permita determinar quais os anúncios que têm cariz político e uma abordagem comum que preveja requisitos proporcionados para a rotulagem de propaganda política patrocinada, nomeadamente no que diz respeito à identidade do patrocinador do anúncio. Os prestadores chamaram a atenção para a incerteza e os custos relacionados com a identificação e o cumprimento das obrigações pertinentes em matéria de transparência quando oferecem serviços de propaganda política além-fronteiras ou em vários Estados-Membros.

As **organizações da sociedade civil** apoiaram especialmente uma elevada transparência em torno da propaganda política, incluindo quais os anúncios que são mostrados a quem, porquê e quem os pagou. Consideraram que as medidas não vinculativas não foram suficientes nesta perspetiva. Solicitaram igualmente que a questão do direcionamento fosse abordada para além da transparência.

Os **Estados-Membros** congratularam-se com a iniciativa e concordaram com a necessidade de regulamentar a propaganda política a nível da UE. Apoiaram igualmente medidas que reforçarão o acesso dos investigadores a mais informações sobre propaganda política. Os Estados-Membros sublinharam a existência de lacunas regulamentares e de execução quando os serviços de propaganda política são prestados além-fronteiras.

Os **partidos políticos europeus** salientaram que as medidas de rotulagem que ajudam os cidadãos a identificar quando estão expostos a um anúncio de cariz político contribuirão para reforçar a democracia europeia. Mostraram-se particularmente preocupados com a forma como a política aplicada por algumas grandes plataformas em linha durante as anteriores eleições para o Parlamento Europeu afetou negativamente as suas atividades a nível da UE/transfronteiras.

- **Obtenção e utilização de conhecimentos especializados**

A Comissão baseou-se num vasto leque de conhecimentos especializados para a preparação da presente proposta.

Trabalhos pertinentes no Conselho (incluindo nos grupos de trabalho competentes) e no Parlamento Europeu (incluindo nas comissões responsáveis pelos Assuntos Constitucionais, pelos Assuntos Jurídicos, pelas Liberdades Cívicas, pelo Mercado Interno e pela Proteção dos

Consumidores, pela Justiça e pelos Assuntos Internos, e na Comissão Especial responsável pela Ingerência Estrangeira) deram um contributo significativo para este processo.

Para além da consulta pública aberta, acima descrita, a Comissão participou em várias reuniões das partes interessadas, com perguntas adaptadas a cada categoria.

Em 18 de março de 2021, a Comissão debateu a iniciativa com os peritos dos Estados-Membros numa reunião específica do Sistema de Alerta Rápido. Estiveram presentes representantes dos Estados-Membros e do Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual. Os peritos dos Estados-Membros foram igualmente consultados em 25 de março de 2021, no âmbito da Rede Europeia de Cooperação para as Eleições. Foram também obtidas informações a partir dos contributos dos Estados-Membros em reuniões anteriores desta rede desde 2019, nomeadamente na preparação de um extenso levantamento da legislação e dos procedimentos nacionais pertinentes.

Por último, o estudo de apoio à avaliação de impacto integra uma análise da literatura que mostra que existe um consenso académico emergente sobre a necessidade de transparência específica para a propaganda política e de controlos sobre a utilização de dados pessoais relacionados com a propaganda política (em especial em linha).

As orientações dos organismos internacionais de normalização, como o Conselho da Europa, exigem igualmente uma transparência específica da propaganda política, incluindo, em particular, no que se refere aos patrocinadores e ao financiamento, e, quando em linha, relativamente ao mecanismo de distribuição (por exemplo, algoritmos, dados).

- **Avaliação de impacto**

Em consonância com a sua política «Legislar melhor», a Comissão realizou uma avaliação de impacto para a presente proposta, que foi analisada pelo Comité de Controlo da Regulamentação da Comissão. Em 29 de setembro de 2021, realizou-se uma reunião com o Comité de Controlo da Regulamentação, a que se seguiu um parecer favorável com reservas. A avaliação de impacto foi ainda revista de modo a ter em conta as reservas do Comité de Controlo da Regulamentação.

A Comissão analisou diferentes opções políticas para alcançar o objetivo geral da proposta, que consiste em assegurar o bom funcionamento do mercado único, estabelecendo regras para um elevado nível de transparência da propaganda política e dos serviços conexos, bem como regras sobre a utilização do direcionamento no contexto da divulgação de propaganda política.

Foram avaliadas duas opções políticas com diferentes graus de intervenção regulamentar:

- Opção 1: Medidas limitadas destinadas a promover a transparência e a abordar questões relacionadas com o direcionamento;
- Opção 2: Medidas destinadas a harmonizar a transparência e a abordar questões relacionadas com o direcionamento. Esta opção incluía duas subopções relativas ao direcionamento.

De acordo com a metodologia estabelecida pela Comissão, cada opção política foi avaliada em função do impacto económico e do impacto sobre os direitos fundamentais e sobre a sociedade. A opção preferida foi a opção 2 e a subopção 2 para a utilização do direcionamento, uma vez que correspondiam melhor aos objetivos gerais da intervenção e estabeleceriam um quadro coerente e proporcionado para a propaganda política na UE.

Ao clarificar e harmonizar as regras em matéria de conservação e prestação de informações no domínio da propaganda política para efeitos de supervisão e responsabilização, eliminaria o principal fator impulsionador dos custos de cumprimento na prestação de serviços transfronteiras e em vários Estados-Membros. Além disso, aumentaria a previsibilidade jurídica para os serviços intermediários ativos em vários Estados-Membros, contribuindo para o bom funcionamento do mercado interno. Melhoraria também os resultados regulamentares, eliminando a justificação para a segmentação do mercado nacional, aumentando assim as oportunidades de desenvolvimento dos serviços transfronteiras. A vantagem decorrente da fragmentação regulamentar por parte dos prestadores de serviços de propaganda política para anúncios em linha, em comparação com os meios de comunicação social fora de linha, seria reduzida. O impacto nas PME é limitado por uma obrigação específica de apresentação periódica de relatórios sobre a propaganda política e por lhes ser permitido que nomeiem uma pessoa externa como ponto de contacto para a interação com as autoridades nacionais competentes.

As medidas em matéria de direcionamento abordariam as técnicas problemáticas de direcionamento, prevendo simultaneamente a sua utilização de uma forma que incentive as boas práticas.

A subopção 2 contemplava uma proibição condicional do direcionamento, mas estava previsto que as subopções pudessem ser combinadas. Uma proibição não condicional do direcionamento com base em categorias especiais de dados pessoais foi considerada mais eficaz, pelo que foi incluída na presente proposta. A proibição de direcionamento com base em categorias especiais de dados pessoais conta igualmente com o apoio das partes interessadas consultadas durante a preparação da avaliação de impacto.

As restrições específicas limitariam a disponibilidade dos serviços de direcionamento no contexto da divulgação de propaganda política, o que seria compensado pelas oportunidades para os prestadores de serviços de propaganda política resultantes de uma maior confiança na técnica por parte dos cidadãos e das entidades reguladoras e de uma maior segurança jurídica em matéria de conformidade na sua utilização no contexto político.

Uma transparência harmonizada e limites específicos reduzirão o âmbito das táticas problemáticas de direcionamento, como a amplificação não autêntica de determinados anúncios, ou as que foram descobertas no escândalo da *Cambridge Analytica*. Estas medidas deveriam reforçar a confiança na utilização de anúncios políticos e, de um modo mais geral, no debate político e na integridade do processo eleitoral. Contribuiriam para uma maior resiliência do sistema eleitoral da UE perante a manipulação e a interferência na informação.

- **Adequação e simplificação da legislação**

A vantagem de harmonizar as regras sobre a transparência em torno da propaganda política é, nomeadamente, que trará segurança jurídica a nível da UE, eliminará os custos de cumprimento incrementais decorrentes da prestação de um serviço além-fronteiras e reduzirá o risco de incumprimento. Espera-se que todos os prestadores de serviços de propaganda política obtenham eficiência em termos de custos ao oferecerem serviços através de um enquadramento comum para a propaganda política.

As PME beneficiariam das medidas propostas, uma vez que poderão oferecer os seus serviços mais facilmente no mercado interno. A proposta contém derrogações específicas para que as PME reduzam os seus custos de cumprimento.

A proposta contém um conjunto comum de regras que não discriminam entre em linha e fora de linha e abordam questões resultantes da situação atual, em que as regras existentes são adaptadas a atividades fora de linha, com falhas e lacunas daí resultantes. O regulamento assegurará que os requisitos de elevada transparência se aplicam da mesma forma aos meios fora de linha e em linha de divulgação das linhas políticas.

- **Direitos fundamentais**

Todas as medidas previstas na presente proposta têm um impacto positivo nos direitos fundamentais e não se prevê que tenham um impacto negativo significativo nesses mesmos direitos.

As liberdades fundamentais e os direitos fundamentais só podem ser restringidos quando tal seja justificado por um interesse público legítimo e apenas na condição de que a restrição seja proporcional ao objetivo perseguido. A garantia de transparência, equidade e igualdade de oportunidades no processo político e eleitoral e o direito fundamental a ser informado de forma objetiva, transparente e pluralista constituem uma razão imperiosa de interesse público.

A presente proposta impõe restrições limitadas à liberdade de expressão e de informação (artigo 11.º da Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia), ao direito à vida privada (artigo 7.º) e ao direito à proteção dos dados pessoais (artigo 8.º). Essas restrições são proporcionadas e limitadas ao mínimo necessário.

Quanto à liberdade de expressão, a decisão relativa à publicação e divulgação de anúncios de cariz político enquanto tal, e do seu conteúdo, continua a ser regulamentada com base na legislação nacional e da UE aplicável. Para além dos requisitos de transparência, a iniciativa não interfere com o conteúdo substantivo das mensagens políticas. Embora uma limitação das técnicas de direcionamento pudesse ter impacto na liberdade de expressão, esse impacto seria proporcional se fosse limitado no seu âmbito e contrabalançado por impactos positivos noutros direitos fundamentais, nomeadamente no que diz respeito à redução da possibilidade de manipulação do debate democrático e ao direito de ser informado de forma objetiva, transparente e pluralista. O reforço da transparência, das condições e das restrições em matéria de direcionamento deverá beneficiar o direito à proteção de dados e à privacidade das pessoas visadas por esses anúncios. As medidas que identificariam uma pessoa singular como patrocinadora de um anúncio político e o montante de dinheiro despendido e o valor de outros benefícios recebidos, parcial ou totalmente, por um anúncio têm impacto na proteção dos dados pessoais e têm de ser proporcionais ao objetivo político pretendido: assegurar que as pessoas envolvidas no debate político utilizam a propaganda política de forma transparente. O impacto nestes direitos justifica-se pelo efeito positivo global sobre a democracia e os direitos eleitorais.

Nos casos em que esta iniciativa exige que as plataformas em linha de grande dimensão facilitem o acesso aos dados por parte dos intervenientes interessados, tais medidas não preveem quaisquer derrogações ao acervo da UE em matéria de proteção de dados. Só devem disponibilizados às partes interessadas os dados pertinentes, incluindo para a investigação de práticas que afetam o debate democrático e as eleições ou referendos.

Esta iniciativa apoiará o exercício dos direitos eleitorais, bem como eleições livres e justas e um debate democrático justo, facilitando uma propaganda política transfronteiras transparente que garanta um elevado nível de proteção dos direitos, nomeadamente no que diz respeito à proteção dos dados pessoais, e assegure que os cidadãos possam fazer escolhas políticas informadas sem manipulação ou coerção. Além disso, as limitações às práticas de

direcionamento são coerentes com os direitos eleitorais, conforme protegidos pelas normas internacionais, e têm sobre eles um impacto positivo.

Por último, a presente proposta apoiará igualmente o prestador de serviços de propaganda política no exercício da sua liberdade de empresa ao abrigo do artigo 16.º da Carta.

4. IMPLICAÇÕES ORÇAMENTAIS

Não se preveem implicações orçamentais para esta iniciativa.

5. OUTROS ELEMENTOS

- **Planos de execução e mecanismos de acompanhamento, de avaliação e de informação**

A Comissão avaliará a execução da iniciativa na sequência de cada eleição para o Parlamento Europeu com base numa recolha de dados específica realizada por um contratante especializado. No prazo de dois anos após cada eleição para o Parlamento Europeu, a Comissão deve publicar um relatório de avaliação da execução do presente regulamento, incluindo aspetos que vão além das eleições para o Parlamento Europeu.

- **Explicação pormenorizada das disposições específicas da proposta (verificação das referências cruzadas)**

O capítulo I estabelece as disposições gerais, incluindo o objeto e o âmbito de aplicação (artigo 1.º), as definições dos principais termos utilizados no regulamento (artigo 2.º) e o nível de harmonização dessas medidas (artigo 3.º).

O capítulo II contém disposições sobre as obrigações de transparência aplicáveis à propaganda política paga. Estabelece medidas aplicáveis a todos os prestadores de serviços de propaganda política envolvidos na preparação, colocação, promoção, publicação ou divulgação de propaganda política. Prevê, nomeadamente, a transparência da propaganda política (artigo 4.º), a obrigação de identificar anúncios de cariz político (artigo 5.º) e a obrigação de conservar registos e transmitir informações aos editores de anúncios (artigo 6.º).

Além disso, o presente capítulo estabelece igualmente obrigações aplicáveis apenas aos editores de anúncios, para além das previstas nos artigos 4.º, 5.º e 6.º. Os editores de anúncios devem incluir em cada anúncio uma declaração clara da sua natureza política, indicar o nome do patrocinador e disponibilizar informações que permitam compreender o contexto mais vasto do anúncio político e os seus objetivos (artigo 7.º). Os editores de anúncios devem publicar anualmente informações sobre os montantes ou o valor de outros benefícios recebidos, parcial ou totalmente, em troca dos serviços que prestaram relacionados com a propaganda política (artigo 8.º). Devem criar mecanismos de fácil utilização que permitam aos cidadãos notificá-los de anúncios que não cumpram as obrigações estabelecidas no presente regulamento (artigo 9.º).

Os prestadores de serviços de propaganda política devem transmitir as informações pertinentes às autoridades competentes (artigo 10.º) e a outras entidades interessadas (artigo 11.º).

O capítulo III regula a utilização de técnicas de direcionamento ou de amplificação que envolvam o tratamento de dados pessoais para fins de propaganda política. Quando estão em causa dados sensíveis, aplica-se uma proibição acompanhada de isenções específicas. Além

disso, os responsáveis pelo tratamento dos dados que utilizem estas técnicas para fins de propaganda política devem adotar e aplicar uma política interna, conservar registos e fornecer informações que permitam às pessoas compreender a lógica subjacente e os principais parâmetros da técnica de direcionamento utilizada, bem como o envolvimento de dados de terceiros e de técnicas de análise adicionais (artigo 12.º). O artigo 12.º estabelece requisitos adicionais para os editores de anúncios. Os responsáveis pelo tratamento de dados abrangidos pelo âmbito de aplicação do artigo 13.º devem tomar as medidas adequadas para poderem transmitir as informações às entidades interessadas (artigo 13.º).

O capítulo IV estabelece as disposições relativas à supervisão e à aplicação do presente regulamento. Estabelece a obrigação de os prestadores de serviços de propaganda política não estabelecidos na União nomearem um representante legal num dos Estados-Membros onde prestam os seus serviços (artigo 14.º); define as autoridades encarregadas da supervisão e da aplicação das medidas específicas previstas no presente regulamento; solicita aos Estados-Membros que assegurem a cooperação entre as autoridades competentes na matéria; solicita a designação de pontos de contacto para efeitos do presente regulamento e encarrega os Estados-Membros de tomarem as medidas adequadas para assegurar o intercâmbio de informações entre eles (artigo 15.º). Os Estados-Membros devem estabelecer regras sobre as sanções aplicáveis ao incumprimento das obrigações estabelecidas no presente regulamento (artigo 16.º). Este capítulo estabelece igualmente a obrigação de os Estados-Membros publicarem as datas dos períodos eleitorais nacionais num local facilmente acessível (artigo 17.º).

O capítulo V prevê outras disposições finais, como a cláusula de avaliação e revisão (artigo 18.º) e a possibilidade de adotar atos delegados (artigo 19.º). Por último, a disposição remanescente deste capítulo é a especificação da entrada em vigor e da data de aplicação do regulamento (artigo 20.º).

Proposta de

REGULAMENTO DO PARLAMENTO EUROPEU E DO CONSELHO

sobre a transparência e o direcionamento da propaganda política

(Texto relevante para efeitos do EEE)

O PARLAMENTO EUROPEU E O CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA,

Tendo em conta o Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia, nomeadamente os artigos 16.º e 114.º,

Tendo em conta a proposta da Comissão Europeia,

Após transmissão do projeto de ato legislativo aos parlamentos nacionais,

Tendo em conta o parecer do Comité Económico e Social Europeu⁹,

Tendo em conta o parecer do Comité das Regiões¹⁰,

Deliberando de acordo com o processo legislativo ordinário,

Considerando o seguinte:

- (1) A oferta e a procura de propaganda política estão a aumentar e a sua natureza é cada vez mais transfronteiriça. Um número elevado, diversificado e crescente de serviços está associado a esta atividade, tais como as empresas de consultoria política, as agências de publicidade, as plataformas de tecnologia publicitária, as empresas de relações públicas, os influenciadores e diversos operadores de análise e mediação de dados. A propaganda política pode assumir muitas formas, incluindo conteúdos pagos, patrocínio de resultados de pesquisa, mensagens direcionadas pagas, promoção em classificações, promoção de algo ou de alguém integrada em conteúdos, como a colocação de produtos, influenciadores e outras menções. As atividades conexas podem envolver, por exemplo, a divulgação de propaganda política a pedido de um patrocinador ou a publicação de conteúdos contra pagamento.
- (2) A propaganda política pode ser divulgada ou publicada através de vários recursos e meios de comunicação social além-fronteiras. Pode ser divulgada ou publicada através dos meios de comunicação tradicionais fora de linha, como os jornais, a televisão e a rádio, e também, cada vez mais, através de plataformas em linha, sítios Web, aplicações móveis, jogos de computador e outras interfaces digitais. Estes últimos não só são particularmente propensos a serem oferecidos a nível transfronteiriço, como também colocam novos e difíceis desafios regulamentares e de aplicação. A utilização da propaganda política em linha está a aumentar fortemente e certas formas lineares de propaganda política fora de linha, como a rádio e a televisão, são também oferecidas em linha como serviços a pedido. As campanhas de propaganda política tendem a ser organizadas de modo a utilizarem uma série de meios de comunicação e de formas.

⁹ JO C , , p. .

¹⁰ JO C , , p. .

- (3) Uma vez que é normalmente fornecida mediante remuneração, a propaganda política, incluindo a propaganda política, constitui uma atividade de serviços na aceção do artigo 57.º do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia («TFUE»). Na Declaração n.º 22 relativa às pessoas com deficiência, anexa ao Tratado de Amesterdão, a Conferência dos Representantes dos Governos dos Estados-Membros acordou que, ao instituírem medidas ao abrigo do artigo 114.º do TFUE, as instituições da União deverão ter em conta as necessidades das pessoas com deficiência.
- (4) A necessidade de garantir a transparência é um objetivo público legítimo, em conformidade com os valores partilhados pela UE e pelos seus Estados-Membros nos termos do artigo 2.º do Tratado da União Europeia («TUE»). Nem sempre é fácil para os cidadãos reconhecerem os anúncios de cariz político e exercerem os seus direitos democráticos de forma informada. É necessário um elevado nível de transparência, nomeadamente para apoiar um debate político aberto e justo e eleições ou referendos livres e justos, bem como para combater a desinformação e as interferências ilegais, inclusive a partir do estrangeiro. A propaganda política pode ser um vetor de desinformação, em particular quando os anúncios não revelam a sua natureza política e quando são direcionados. A transparência da propaganda política contribui para permitir que os eleitores compreendam melhor quando lhes é apresentado um anúncio político, e para quem tal anúncio está a ser feito, e a forma como estão a ser visados por um prestador de serviços de publicidade, de modo a que os eleitores estejam em melhor posição para fazer escolhas informadas.
- (5) No contexto da propaganda política, são frequentemente utilizadas técnicas de direcionamento. As técnicas de direcionamento ou de amplificação devem ser entendidas como técnicas utilizadas quer para dirigir um anúncio político personalizado apenas a uma pessoa ou a um grupo específico de pessoas, quer para aumentar a circulação, o alcance ou a visibilidade de um anúncio político. Tendo em conta o poder e o potencial para a utilização abusiva de dados pessoais no âmbito do direcionamento, nomeadamente através do microdirecionamento e de outras técnicas avançadas, tais técnicas podem constituir ameaças específicas aos interesses públicos legítimos, como a equidade, a igualdade de oportunidades e a transparência no processo eleitoral e o direito fundamental a ser informado de forma objetiva, transparente e pluralista.
- (6) A propaganda política é atualmente regulamentada de forma heterogénea nos Estados-Membros e, em muitos casos, tende a centrar-se nas formas tradicionais dos meios de comunicação social. Existem restrições específicas, nomeadamente no que respeita à prestação transfronteiriça de serviços de propaganda política. Alguns Estados-Membros proíbem os prestadores de serviços da UE estabelecidos noutro Estado-Membro de prestarem serviços de natureza política ou com uma finalidade política durante os períodos eleitorais. Ao mesmo tempo, é provável que existam falhas e lacunas na legislação nacional em alguns Estados-Membros, levando a que a propaganda política seja por vezes difundida sem ter em conta as regras nacionais pertinentes, correndo, assim, o risco de comprometer o objetivo da regulamentação da transparência da propaganda política.
- (7) A fim de assegurar uma maior transparência da propaganda política, nomeadamente para dar resposta às preocupações dos cidadãos, alguns Estados-Membros já exploraram ou estão a considerar medidas adicionais para resolver a questão da transparência da propaganda política e apoiar um debate político justo e eleições ou referendos livres e justos. Estas medidas nacionais são consideradas, em particular, para os anúncios publicados e divulgados em linha e podem incluir outras proibições.

Estas medidas variam entre medidas não vinculativas e vinculativas e implicam diferentes elementos de transparência.

- (8) Esta situação conduz à fragmentação do mercado interno, reduz a segurança jurídica para os prestadores de serviços de propaganda política que preparam, colocam, publicam ou divulgam anúncios de cariz político, cria obstáculos à livre circulação de serviços conexos, distorce a concorrência no mercado interno, nomeadamente entre os prestadores de serviços em linha e fora de linha, e exige esforços de cumprimento complexos e custos adicionais para os prestadores de serviços pertinentes.
- (9) Neste contexto, é provável que os prestadores de serviços de propaganda política sejam dissuadidos de prestar os seus serviços de propaganda política em situações transfronteiriças. Isso verifica-se particularmente com as microempresas e as PME, que muitas vezes não dispõem dos recursos necessários para absorver ou transferir os elevados custos de cumprimento associados à preparação, colocação, publicação ou divulgação de propaganda política em mais do que um Estado-Membro. Esta situação limita a disponibilidade de serviços e tem um impacto negativo na possibilidade de os prestadores de serviços inovarem e oferecerem campanhas multimédia e multinacionais no mercado interno.
- (10) Por conseguinte, deverá ser assegurado um nível elevado e coerente de transparência da propaganda política em toda a União aquando da prestação de serviços de propaganda política, ao mesmo tempo que devem ser evitadas divergências que entrem a livre circulação de serviços conexos no mercado interno, estabelecendo obrigações de transparência uniformes para os prestadores de serviços de propaganda política que garantam a proteção uniforme dos direitos das pessoas e a supervisão em todo o mercado interno, com base no artigo 114.º do TFUE.
- (11) Os Estados-Membros não deverão manter ou introduzir na sua legislação nacional disposições divergentes das previstas no presente regulamento, em particular disposições mais ou menos rigorosas para assegurar um nível diferente de transparência na propaganda política. A plena harmonização dos requisitos de transparência ligados à propaganda política aumenta a segurança jurídica e reduz a fragmentação das obrigações que os prestadores de serviços cumprem no contexto da propaganda política.
- (12) A plena harmonização dos requisitos de transparência deveria consistir, sem prejuízo da liberdade dos prestadores de serviços de propaganda política, na prestação voluntária de mais informações sobre propaganda política, como parte da liberdade de expressão protegida ao abrigo do artigo 11.º da Carta dos Direitos Fundamentais.
- (13) O presente regulamento não deverá afetar o conteúdo substantivo da propaganda política nem as regras que regulam a exibição de propaganda política, incluindo os chamados períodos de reflexão anteriores a eleições ou referendos.
- (14) O regulamento deverá prever um requisito de transparência harmonizado aplicável aos agentes económicos que prestam serviços de propaganda política e serviços conexos (ou seja, atividades que são normalmente realizadas mediante remuneração); tais serviços consistem, nomeadamente, na preparação, colocação, promoção, publicação e divulgação de propaganda política. As regras do presente regulamento que preveem um elevado nível de transparência dos serviços de propaganda política baseiam-se no artigo 114.º do TFUE. O presente regulamento deverá também abordar a utilização de técnicas de direcionamento e de amplificação no contexto da publicação, divulgação ou promoção de propaganda política que envolva o tratamento de dados pessoais. As

regras do presente regulamento que abordam a utilização do direcionamento e da amplificação baseiam-se no artigo 16.º do TFUE. A propaganda política dirigida a pessoas singulares num Estado-Membro deve incluir os anúncios inteiramente preparados, colocados ou publicados por prestadores de serviços estabelecidos fora da União, mas difundidos juntos de pessoas singulares na União. Para determinar se um anúncio político é dirigido a pessoas singulares num Estado-Membro, há que ter em conta os fatores que o ligam a esse Estado-Membro, nomeadamente a língua, o contexto, o objetivo do anúncio e os seus meios de divulgação.

- (15) Não existe uma definição de propaganda política ou de anúncio de cariz político a nível da União. É necessária uma definição comum para estabelecer o âmbito de aplicação das obrigações de transparência harmonizadas e das regras em matéria de direcionamento e amplificação. Esta definição deverá abranger as múltiplas formas que a propaganda política pode assumir, bem como qualquer meio e modo de publicação ou divulgação na União, independentemente de a fonte estar localizada na União ou num país terceiro.
- (16) A definição de propaganda política deverá incluir a propaganda política publicada ou divulgada direta ou indiretamente por um interveniente político, ou publicada ou divulgada direta ou indiretamente para um interveniente político ou em seu nome. Uma vez que os anúncios de, para ou em nome de um interveniente político não podem ser dissociados da sua atividade enquanto interveniente político, pode pressupor-se que são suscetíveis de influenciar o debate político, com exceção das mensagens de natureza puramente privada ou puramente comercial.
- (17) A publicação ou divulgação por outros intervenientes de uma mensagem suscetível de influenciar o resultado de uma eleição ou referendo, de um processo legislativo ou regulamentar ou de um comportamento eleitoral também deve constituir propaganda política. A fim de determinar se a publicação ou divulgação de uma mensagem é suscetível de influenciar o resultado de uma eleição ou referendo, de um processo legislativo ou regulamentar ou de um comportamento eleitoral, devem ser tidos em conta todos os fatores pertinentes, como o conteúdo da mensagem, a língua utilizada para a transmitir, o contexto em que a mensagem é transmitida, o objetivo da mensagem e os meios através dos quais a mensagem é publicada ou divulgada. As mensagens sobre questões societárias ou controversas podem, consoante o caso, ser suscetíveis de influenciar o resultado de uma eleição ou referendo, de um processo legislativo ou regulamentar ou de um comportamento eleitoral.
- (18) As informações práticas de fontes oficiais sobre a organização e as modalidades de participação nas eleições ou referendos não deverão constituir propaganda política.
- (19) As opiniões políticas expressas nos programas de radiodifusão audiovisual linear ou publicadas em meios de comunicação impressos sem pagamento direto ou remuneração equivalente não deverão ser abrangidas pelo presente regulamento.
- (20) Para efeitos do presente regulamento, entende-se por eleição as eleições para o Parlamento Europeu, bem como todas as eleições ou referendos organizados a nível nacional, regional e local nos Estados-Membros e as eleições destinadas a estabelecer a liderança dos partidos políticos. Não deverão incluir outras formas de eleições, como votações organizadas pelo setor privado.
- (21) É necessário definir os anúncios de propaganda política como exemplo de propaganda política. Os anúncios incluem os meios através dos quais a mensagem é comunicada,

inclusive em suporte impresso, através de meios de radiodifusão ou através de um serviço de plataformas em linha.

- (22) Os intervenientes políticos na aceção do presente regulamento devem referir-se a conceitos definidos no direito da União, bem como no direito nacional, em consonância com instrumentos jurídicos internacionais como os do Conselho da Europa. O conceito de partidos políticos deverá incluir as respetivas entidades afiliadas e subsidiárias estabelecidas, com ou sem personalidade jurídica, a fim de os apoiar ou realizar os seus objetivos, por exemplo através do envolvimento com um grupo específico de eleitores ou para um fim eleitoral específico.
- (23) O conceito de intervenientes políticos deverá incluir também funcionários não eleitos, funcionários eleitos, candidatos e membros do governo a nível europeu, nacional, regional ou local. Nessa definição, deverão ser também incluídas outras organizações políticas.
- (24) Uma campanha publicitária deverá referir-se à preparação, publicação e divulgação de uma série de anúncios conexos no âmbito de um contrato de propaganda política, com base numa preparação, patrocínio e financiamento comuns. Deverá incluir a preparação, a colocação, a promoção, a publicação e a divulgação de um anúncio ou de versões de um anúncio em diferentes meios de comunicação social e em momentos diferentes durante o mesmo ciclo eleitoral.
- (25) A definição de propaganda política não deverá afetar as definições nacionais de partido político, objetivos políticos ou períodos de campanha a nível nacional.
- (26) A fim de abranger o vasto leque de prestadores de serviços relevantes ligados aos serviços de propaganda política, os prestadores de serviços de propaganda política devem ser entendidos como incluindo os prestadores envolvidos na preparação, na colocação, na promoção, na publicação e na divulgação de propaganda política.
- (27) A noção de serviços de propaganda política não deverá incluir mensagens partilhadas por indivíduos a título meramente pessoal. As pessoas singulares não devem ser consideradas como agindo a título pessoal se publicarem mensagens cuja divulgação ou publicação seja paga por outrem.
- (28) Quando um anúncio é indicado como estando ligado a propaganda política, tal deve ser claramente indicado a outros prestadores de serviços envolvidos nos serviços de propaganda política. Além disso, uma vez identificado um anúncio como propaganda política, a sua posterior divulgação deverá continuar a cumprir os requisitos de transparência. Por exemplo, quando os conteúdos patrocinados são partilhados organicamente, a propaganda política deverá continuar a ser rotulada como propaganda política.
- (29) As regras de transparência estabelecidas no presente regulamento deverão aplicar-se apenas aos serviços de propaganda política, ou seja, à propaganda política que é normalmente fornecida mediante remuneração, que pode incluir uma prestação em espécie. Os requisitos de transparência não deverão aplicar-se ao conteúdo carregado por um utilizador de um serviço intermediário em linha, tal como uma plataforma em linha, e divulgado pelo serviço intermediário em linha sem consideração pela colocação, publicação ou divulgação da mensagem específica, a menos que o utilizador tenha sido remunerado por um terceiro pelo anúncio de cariz político.
- (30) Os requisitos de transparência também não deverão aplicar-se à partilha de informação através de serviços de comunicação eletrónica, como os serviços de mensagens

eletrónicas ou as chamadas telefónicas, desde que não esteja envolvido qualquer serviço de propaganda política.

- (31) A liberdade de expressão, tal como protegida pelo artigo 11.º da Carta dos Direitos Fundamentais, abrange o direito da pessoa a ter opinião política, receber e transmitir informações políticas e partilhar ideias políticas. Qualquer restrição a esse direito tem de respeitar o artigo 52.º da Carta dos Direitos Fundamentais, e o facto de essa liberdade poder ser objeto de modulações e restrições quando tal se justifique pela prossecução de um interesse público legítimo e respeite os princípios gerais do direito da União, como a proporcionalidade e a segurança jurídica. É esse o caso, nomeadamente, quando as ideias políticas são comunicadas através de prestadores de serviços de anúncios.
- (32) No que diz respeito aos intermediários em linha, o Regulamento (UE) 2021/XX [Regulamento Serviços Digitais] é aplicável aos anúncios políticos publicados ou divulgados por intermediários em linha através de regras horizontais aplicáveis a todos os tipos de anúncios em linha, incluindo anúncios comerciais e políticos. Com base na definição de propaganda política estabelecida no presente regulamento, é adequado prever uma granularidade adicional dos requisitos de transparência estabelecidos para os editores de anúncios abrangidos pelo âmbito de aplicação do Regulamento (UE) 2021/XX [Regulamento Serviços Digitais], nomeadamente para as plataformas de grande dimensão. Trata-se, em particular, de informações relacionadas com o financiamento de anúncios políticos. Os requisitos do presente regulamento não afetam as disposições do Regulamento Serviços Digitais, nomeadamente no que se refere às obrigações de avaliação e atenuação dos riscos para as plataformas em linha de grande dimensão, no que diz respeito aos seus sistemas de propaganda política.
- (33) A preparação, a colocação, a promoção, a publicação e a divulgação de propaganda política podem envolver uma cadeia complexa de prestadores de serviços. É o que acontece, em particular, quando a seleção do conteúdo publicitário, a seleção dos critérios de seleção, o fornecimento de dados utilizados para o direcionamento de um anúncio, as disposições relativas às técnicas de direcionamento, a distribuição de um anúncio e a sua divulgação podem ser controlados por diferentes prestadores de serviços. Por exemplo, os serviços automatizados podem suportar a correspondência do perfil do utilizador de uma interface com o conteúdo publicitário fornecido, utilizando dados pessoais recolhidos diretamente junto do utilizador do serviço e a partir da conduta em linha dos utilizadores, bem como dados inferidos.
- (34) Tendo em conta a importância de garantir, em especial, a eficácia dos requisitos de transparência, incluindo para facilitar a sua supervisão, os prestadores de serviços de propaganda política deverão assegurar que as informações pertinentes que recolhem na prestação dos seus serviços, incluindo a indicação de que o anúncio é político, são fornecidas ao editor de propaganda política que transmite o anúncio de cariz política ao público. A fim de apoiar a implementação eficiente deste requisito, e o fornecimento atempado e preciso desta informação, os prestadores de serviços de propaganda política deverão considerar e apoiar a automatização da transmissão de informação entre os prestadores de serviços de propaganda política.
- (35) Sempre que uma construção comercial ou contratual artificial corre o risco de contornar a eficácia das obrigações de transparência estabelecidas no regulamento, essas obrigações aplicam-se à entidade ou às entidades que, em substância, prestam o serviço de anúncios.

- (36) As medidas poderão também incluir a criação de um mecanismo eficiente para que as pessoas indiquem que um anúncio político é político, e a adoção de medidas eficazes em resposta a essas indicações.
- (37) Embora prevejam requisitos específicos, nenhuma das obrigações estabelecidas no presente regulamento deverá ser entendida como impondo uma obrigação geral de controlo aos prestadores de serviços intermediários relativamente a conteúdos políticos partilhados por pessoas singulares ou coletivas, nem deverá ser entendida como impondo uma obrigação geral aos prestadores de serviços intermediários de tomarem medidas proativas relativamente a conteúdos ou atividades ilegais transmitidos ou armazenados por esses prestadores de serviços.
- (38) A transparência da propaganda política deverá permitir que os cidadãos compreendam que são confrontados com um anúncio de cariz político. Os editores de propaganda política deverão assegurar a publicação, relativamente a cada anúncio político, de uma declaração clara de que se trata de um anúncio político e da identidade do seu patrocinador. Se for caso disso, o nome do patrocinador poderá incluir um logótipo político. Os editores de propaganda política deverão utilizar uma rotulagem eficaz, tendo em conta a evolução da investigação científica pertinente e as melhores práticas em matéria de fornecimento de transparência através da rotulagem da propaganda. Deverão igualmente assegurar a publicação, relativamente a cada anúncio político, de informações que permitam compreender o contexto mais vasto do anúncio político e os seus objetivos, que podem ser incluídas no próprio anúncio ou ser fornecidas pelo editor no seu sítio Web, acessíveis através de uma ligação ou de uma orientação equivalente clara e fácil de utilizar incluída no anúncio.
- (39) Estas informações deverão ser fornecidas num aviso de transparência, que deverá incluir também a identidade do patrocinador, a fim de apoiar a responsabilização no processo político. O local de estabelecimento do patrocinador e o facto de este ser uma pessoa singular ou coletiva deverá ser claramente indicado. Os dados pessoais relativos a pessoas singulares envolvidas em propaganda política, sem relação com o patrocinador ou outro interveniente político envolvido, não deverão ser fornecidos no aviso de transparência. O aviso de transparência deverá conter igualmente informações sobre o período de divulgação, eventuais eleições associadas, o montante gasto e o valor de outros benefícios recebidos, parcial ou totalmente, para o anúncio específico, bem como para toda a campanha publicitária, a origem dos fundos utilizados e outras informações que garantam a equidade da divulgação do anúncio de cariz político. As informações sobre a origem dos fundos utilizados dizem respeito, por exemplo, à sua origem pública ou privada e ao facto de provirem de dentro ou de fora da União Europeia. As informações relativas a eleições ou referendos conexos deverão incluir, sempre que possível, uma ligação para informações provenientes de fontes oficiais sobre a organização e as modalidades de participação ou de promoção da participação nessas eleições ou referendos. O aviso de transparência deverá ainda incluir informações sobre como assinalar os anúncios de cariz político em conformidade com o procedimento estabelecido no presente regulamento. Este requisito deverá ser cumprido sem prejuízo das disposições em matéria de notificação nos termos dos artigos 14.º, 15.º e 19.º do Regulamento (UE) 2021/XXX [Regulamento Serviços Digitais].
- (40) As informações a incluir no aviso de transparência deverão ser fornecidas no próprio anúncio ou ser facilmente recuperáveis com base numa indicação fornecida no anúncio. O requisito de que a informação sobre o aviso de transparência seja, nomeadamente, claramente visível deverá implicar que esta figure de forma

proeminente no anúncio ou juntamente com o anúncio. O requisito de que a informação publicada no aviso de transparência seja facilmente acessível, legível por máquina, sempre que tal seja tecnicamente possível, e de fácil utilização deverá implicar que tal informação atenda às necessidades das pessoas com deficiência. O anexo I da Diretiva 2019/882 (Lei Europeia da Acessibilidade) contém requisitos de acessibilidade da informação, incluindo a informação digital que deverá ser utilizada para tornar a informação política acessível às pessoas com deficiência.

- (41) Os avisos de transparência deverão ser concebidos para sensibilizar os utilizadores e ajudar a identificar claramente o anúncio político enquanto tal. Deverão ser concebidos de modo a permanecerem ativos ou acessíveis no caso de um anúncio político ser objeto de mais ampla difusão, por exemplo, publicado noutra plataforma ou reenviado entre particulares. As informações incluídas no aviso de transparência deverão ser publicadas no início da publicação dos anúncios políticos e ser conservadas por um período de um ano após a última publicação. As informações conservadas deverão também incluir informações sobre propaganda política que tenha cessado ou que tenha sido retirada pelo editor.
- (42) Uma vez que os editores de propaganda política disponibilizam anúncios de cariz político ao público, deverão publicar ou divulgar essa informação ao público juntamente com a publicação ou a divulgação do anúncio político. Os editores de propaganda política não deverão colocar à disposição do público os anúncios políticos que não cumpram os requisitos de transparência ao abrigo do presente regulamento. Além disso, os editores de propaganda política que sejam plataformas em linha de grande dimensão na aceção do Regulamento (UE) 2021/XXX [Regulamento Serviços Digitais] deverão disponibilizar as informações contidas no aviso de transparência através dos repositórios de anúncios publicados nos termos do artigo 30.º do Regulamento [Regulamento Serviços Digitais]. Tal facilitará o trabalho dos intervenientes interessados, incluindo os investigadores, no seu papel específico de apoio a eleições ou referendos livres e justos e a campanhas eleitorais justas, nomeadamente através do escrutínio dos patrocinadores de propaganda política e da análise do panorama da propaganda política.
- (43) Quando o prestador do serviço de propaganda política que aloja ou armazena e fornece o conteúdo de um anúncio político é distinto do prestador do serviço de propaganda política que controla o sítio Web ou outra interface que acabará por apresentar o anúncio político, estes devem ser considerados em conjunto como editores de anúncios, com a respetiva responsabilidade pelo serviço específico que prestam, a fim de assegurar que a rotulagem é fornecida e que o aviso de transparência e as informações pertinentes estão disponíveis. As suas disposições contratuais devem refletir a forma como organizam a conformidade com o presente regulamento.
- (44) As informações sobre os montantes gastos e o valor de outros benefícios recebidos, parcial ou totalmente, em troca de serviços de propaganda política podem contribuir de forma útil para o debate político. É necessário assegurar que se possa obter uma visão geral adequada da atividade de propaganda política a partir dos relatórios anuais elaborados pelos editores de propaganda política relevantes. A fim de apoiar a supervisão e a responsabilização, esses relatórios deverão incluir informações sobre as despesas relativas ao direcionamento da propaganda política no período em causa, agregadas à campanha ou ao candidato. Para evitar encargos desproporcionados, essas obrigações de comunicação de informações em matéria de transparência não deverão ser aplicáveis às empresas elegíveis ao abrigo do artigo 3.º, n.º 3, da Diretiva 2013/34/UE.

- (45) Os editores de propaganda política que prestam serviços de propaganda política deverão criar mecanismos que permitam aos indivíduos comunicar-lhes que determinado anúncio político que tenham publicado não está em conformidade com o presente regulamento. Os mecanismos de comunicação relativos a essa propaganda deverão ser de fácil acesso e utilização e adaptados à forma de propaganda política distribuída pelo editor de anúncios. Na medida do possível, estes mecanismos deverão ser acessíveis a partir do próprio anúncio, por exemplo no sítio Web do editor de anúncios. Os editores de propaganda política devem poder contar com os mecanismos existentes, quando apropriado. Nos casos em que os editores de propaganda política são prestadores de serviços de alojamento em linha, na aceção do Regulamento Serviços Digitais, no que diz respeito aos anúncios políticos alojados a pedido dos destinatários dos seus serviços, as disposições do artigo 14.º do Regulamento Serviços Digitais continuam a aplicar-se às notificações relativas ao incumprimento de tais anúncios em relação ao presente regulamento.
- (46) A fim de permitir que entidades específicas desempenhem o seu papel nas democracias, é adequado estabelecer regras sobre a transmissão de informações publicadas com o anúncio político ou contidas no aviso de transparência para os intervenientes interessados, tais como investigadores aprovados, jornalistas, organizações da sociedade civil e observadores eleitorais acreditados, a fim de apoiar o desempenho das respetivas funções no processo democrático. Os prestadores de serviços de propaganda política não deverão ser obrigados a responder a pedidos manifestamente infundados ou excessivos. Além disso, o prestador de serviços em causa deverá ser autorizado a cobrar uma taxa razoável em caso de pedidos repetitivos e onerosos, tendo em conta os custos administrativos da prestação das informações.
- (47) Os dados pessoais recolhidos diretamente junto dos indivíduos, ou indiretamente, como os dados inferidos, quando se agrupam indivíduos de acordo com os seus interesses presumidos ou derivados da sua atividade em linha, da definição de perfis comportamentais e de outras técnicas de análise, são cada vez mais utilizados para direcionar mensagens políticas para grupos, eleitores ou indivíduos, e para amplificar o seu impacto. Com base no tratamento de dados pessoais, em particular de dados considerados sensíveis nos termos do Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho¹¹ e do Regulamento (UE) 2018/1725 do Parlamento Europeu e do Conselho¹², diferentes grupos de eleitores ou indivíduos podem ser segmentados e as suas características ou vulnerabilidades exploradas, por exemplo, através da divulgação dos anúncios em momentos específicos e em locais específicos destinados a tirar partido dos casos em que seriam sensíveis a um determinado tipo de informação/mensagem. Tal tem efeitos específicos e prejudiciais para os direitos e liberdades fundamentais dos cidadãos no que diz respeito ao tratamento dos seus dados pessoais e à sua liberdade de receber informações objetivas, formar a sua opinião, tomar decisões políticas e exercer os seus direitos de voto. Esta situação tem um impacto negativo no processo democrático. Deverão ser previstas restrições e

¹¹ Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de abril de 2016, relativo à proteção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais e à livre circulação desses dados e que revoga a Diretiva 95/46/CE (Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados) (JO L 119 de 4.5.2016, p. 1).

¹² Regulamento (UE) 2018/1725 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 23 de outubro de 2018, relativo à proteção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais pelas instituições e pelos órgãos e organismos da União e à livre circulação desses dados, e que revoga o Regulamento (CE) n.º 45/2001 e a Decisão n.º 1247/2002/CE (JO L 295 de 21.11.2018, p. 39).

condições adicionais em comparação com o Regulamento (UE) 2016/679 e o Regulamento (UE) 2018/1725. As condições estabelecidas no presente regulamento sobre a utilização de técnicas de direcionamento e amplificação que impliquem o tratamento de dados pessoais no contexto da propaganda política deverão basear-se no artigo 16.º do TFUE.

- (48) As técnicas de direcionamento e amplificação no contexto da propaganda política que envolva o tratamento de dados a que se refere o artigo 9.º, n.º 1, do Regulamento (UE) 2016/679 e o artigo 10.º, n.º 1, do Regulamento (UE) 2018/1725 devem, por conseguinte, ser proibidas. A utilização dessas técnicas só deverá ser permitida quando efetuada pelo responsável pelo tratamento dos dados, ou por alguém que atue em seu nome, com base no consentimento explícito do titular dos dados ou no exercício das suas atividades legítimas, com as devidas salvaguardas, por parte de uma fundação, associação ou qualquer outro organismo sem fins lucrativos com um objetivo político, filosófico ou religioso ou sindical, e na condição de o tratamento se referir exclusivamente aos membros ou antigos membros do organismo ou a pessoas que com ele tenham contactos regulares relacionados com as suas finalidades, e de os dados pessoais não serem divulgados sem o consentimento dos titulares dos dados. Tal deverá ser acompanhado de salvaguardas específicas. O consentimento deverá ser entendido como um consentimento na aceção do Regulamento (UE) 2016/679 e do Regulamento (UE) 2018/1725. Por conseguinte, não deverá ser possível invocar as exceções previstas no artigo 9.º, n.º 2, alíneas b), c), e), f), g), h), i) e j), do Regulamento (UE) 2016/679 e no artigo 10.º, n.º 2, alíneas b), c), e), f), g), h), i) e j), do Regulamento (UE) 2018/1725, respetivamente, para a utilização de técnicas de direcionamento e de técnicas de amplificação para publicar, promover ou divulgar propaganda política que envolva o tratamento de dados pessoais, a que se refere o artigo 9.º, n.º 1, do Regulamento (UE) 2016/679, e o artigo 10.º, n.º 1, do Regulamento (UE) 2018/1725.
- (49) A fim de assegurar uma maior transparência e responsabilização, ao utilizarem técnicas de direcionamento e de amplificação no contexto da propaganda política que envolva o tratamento de dados pessoais, os responsáveis pelo tratamento deverão aplicar salvaguardas adicionais. Deverão adotar e aplicar uma política que descreva a utilização dessas técnicas direcionadas para os indivíduos ou amplificar o seu conteúdo e manter registos das suas atividades relevantes. Ao publicar, promover ou divulgar um anúncio político utilizando técnicas de direcionamento e amplificação, os responsáveis pelo tratamento dos dados deverão fornecer, juntamente com o anúncio político, informações úteis que permitam ao indivíduo em causa compreender a lógica subjacente e os principais parâmetros do direcionamento utilizado, bem como a utilização de dados de terceiros e de técnicas de análise adicionais, incluindo se o direcionamento do anúncio foi ainda otimizado durante a distribuição.
- (50) Os editores de propaganda política que recorram a técnicas de direcionamento ou de amplificação deverão incluir, no seu aviso de transparência, as informações necessárias para permitir que a pessoa em causa compreenda a lógica subjacente e os principais parâmetros da técnica utilizada, e a utilização de dados de terceiros e de técnicas de análise adicionais, bem como uma ligação à política pertinente do responsável pelo tratamento dos dados. Se o responsável pelo tratamento for diferente do editor de anúncios, deverá transmitir ao editor de propaganda política a política interna ou uma referência à mesma. Os prestadores de serviços de anúncios deverão, se necessário, transmitir ao editor de propaganda política as informações necessárias para o cumprimento das obrigações que lhes incumbem por força do presente

regulamento. A prestação dessas informações poderá ser automatizada e integrada nos processos empresariais normais com base em normas.

- (51) A fim de conferir mais poderes às pessoas singulares para exercerem os seus direitos em matéria de proteção de dados, os editores de propaganda política deverão fornecer informações adicionais e instrumentos eficazes ao titular dos dados em causa para apoiar o exercício dos seus direitos ao abrigo do quadro jurídico da UE em matéria de proteção de dados, nomeadamente para se opor ou retirar o seu consentimento quando visado por um anúncio de cariz político. Estas informações deverão também ser facilmente acessíveis diretamente a partir do aviso de transparência. Os instrumentos postos à disposição das pessoas para apoiar o exercício dos seus direitos deverão ser eficazes no que respeita a impedir que um indivíduo seja alvo de anúncios políticos, bem como para impedir que o direcionamento seja feito com base em critérios específicos e por um ou vários responsáveis específicos pelo tratamento de dados.
- (52) A Comissão deverá incentivar a elaboração de códigos de conduta, tal como referido no artigo 40.º do Regulamento (UE) 2016/679, a fim de apoiar o exercício dos direitos dos titulares de dados neste contexto.
- (53) As informações a fornecer em conformidade com todos os requisitos aplicáveis à utilização de técnicas de direcionamento e de amplificação ao abrigo do presente regulamento deverão ser apresentadas num formato facilmente acessível, claramente visível e de fácil utilização, nomeadamente através da utilização de linguagem simples.
- (54) É adequado estabelecer regras sobre a transmissão de informações em matéria de direcionamento para outras entidades interessadas. O regime aplicável deverá ser coerente com o regime de transmissão de informações relacionado com os requisitos de transparência.
- (55) Os prestadores de serviços de propaganda política estabelecidos num país terceiro que ofereçam serviços na União deverão designar um representante legal mandatado na União, a fim de permitir uma supervisão eficaz do presente regulamento em relação a esses prestadores. O representante legal pode ser o designado com base no artigo 27.º do Regulamento (UE) 2016/679 ou o representante designado com base no artigo 11.º do Regulamento (UE) 2021/xxx [RSD].
- (56) No interesse de uma supervisão eficaz do presente regulamento, é necessário confiar às autoridades de supervisão a competência para controlar e fazer cumprir as regras pertinentes. Dependendo do sistema jurídico de cada Estado-Membro e em conformidade com o direito da União em vigor, incluindo o Regulamento (UE) 2016/679 e o Regulamento (UE) 2021/xxx [Regulamento Serviços Digitais], podem ser designadas diferentes autoridades judiciais ou administrativas nacionais para o efeito.
- (57) No que diz respeito à supervisão dos serviços de intermediação em linha ao abrigo do presente regulamento, os Estados-Membros deverão designar autoridades competentes e assegurar que essa supervisão é coerente com as autoridades competentes designadas nos termos do artigo 38.º do Regulamento (UE) [Regulamento Serviços Digitais]. Os coordenadores dos serviços digitais, nos termos do Regulamento (UE) dos Serviços Digitais, em cada Estado-Membro, deverão, em qualquer caso, ser responsáveis por assegurar a coordenação a nível nacional no que respeita a essas questões e, se necessário, encetar uma cooperação transfronteiras com outros coordenadores de serviços digitais, seguindo os mecanismos estabelecidos no Regulamento (UE)

referido [Regulamento Serviços Digitais]. No âmbito da aplicação do presente regulamento, este mecanismo deverá limitar-se à cooperação nacional entre coordenadores de serviços digitais [e não deverá incluir a escalada para o nível da União, tal como previsto no Regulamento (UE) [Regulamento Serviços Digitais].

- (58) Para a supervisão dos aspetos do presente regulamento que não são da competência das autoridades de controlo nos termos do Regulamento (UE) 2016/679, os Estados-Membros deverão designar autoridades competentes nos termos do Regulamento (UE) 2018/725. A fim de apoiar a defesa dos direitos e liberdades fundamentais, o Estado de direito, os princípios democráticos e a confiança do público na supervisão da propaganda política, é necessário que essas autoridades sejam estruturalmente independentes da intervenção externa ou da pressão política e disponham de poderes adequados para controlar e tomar as medidas necessárias para assegurar o cumprimento do presente regulamento, em especial as obrigações estabelecidas no artigo 7.º. Os Estados-Membros podem designar, nomeadamente, as autoridades ou entidades reguladoras nacionais nos termos do artigo 30.º da Diretiva 2010/13/UE do Parlamento Europeu e do Conselho¹³.
- (59) Caso já existam regras ao abrigo do direito da União relativas à prestação de informações às autoridades competentes e à cooperação com e entre essas autoridades, tais como o artigo 9.º do Regulamento (UE) 2021/xxx [Regulamento Serviços Digitais] ou as que constam do Regulamento (UE) 2016/679, essas regras deverão aplicar-se *mutatis mutandis* às disposições pertinentes do presente regulamento.
- (60) As autoridades competentes para a supervisão do presente regulamento deverão cooperar entre si, tanto a nível nacional como a nível da UE, utilizando da melhor forma as estruturas existentes, incluindo as redes de cooperação nacionais, a Rede Europeia de Cooperação para as Eleições referida na Recomendação C(2018) 5949 final e o Grupo de Reguladores Europeus para os Serviços de Comunicação Social Audiovisual criado ao abrigo da Diretiva 2010/13/UE. Essa cooperação deverá facilitar o intercâmbio rápido e seguro de informações sobre questões relacionadas com o exercício das suas funções de supervisão e execução nos termos do presente regulamento, nomeadamente através da identificação conjunta de infrações, da partilha de conclusões e conhecimentos especializados e da ligação em matéria de aplicação e execução das regras pertinentes.
- (61) Com vista a facilitar a aplicação efetiva das obrigações estabelecidas no regulamento, é necessário habilitar as autoridades nacionais a solicitar aos prestadores de serviços as informações relevantes sobre a transparência da propaganda política. As informações a transmitir às autoridades competentes podem dizer respeito a uma campanha publicitária, ser agregadas por anos ou dizer respeito a anúncios específicos. A fim de assegurar que os pedidos de tal informação possam ser satisfeitos de forma eficaz e eficiente e, ao mesmo tempo, que os prestadores de serviços de propaganda política não estejam sujeitos a encargos desproporcionados, é necessário estabelecer determinadas condições que esses pedidos deverão satisfazer. No interesse da supervisão atempada de um processo eleitoral, em particular, os prestadores de serviços de propaganda política deverão responder rapidamente aos pedidos das

¹³ Diretiva 2010/13/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 10 de março de 2010, relativa à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros respeitantes à oferta de serviços de comunicação social audiovisual (Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual) (JO L 95 de 15.4.2010, p. 1).

autoridades competentes, e sempre no prazo de dez dias úteis a contar da receção da medida. No interesse da segurança jurídica e no respeito pelos direitos de defesa, os pedidos de informações de uma autoridade competente deverão conter uma fundamentação adequada dos motivos e informações sobre as vias de recurso disponíveis. Os prestadores de serviços de propaganda política deverão designar pontos de contacto para a interação com as autoridades competentes. Esses pontos de contacto poderão ser eletrónicos.

- (62) Para efeitos do presente regulamento, os Estados-Membros deverão designar um ponto de contacto a nível da União. O ponto de contacto deverá, se possível, ser membro da Rede Europeia de Cooperação para as Eleições. O ponto de contacto deverá facilitar a cooperação das autoridades competentes entre os Estados-Membros no exercício das suas funções de supervisão e execução, em particular através da intermediação com os pontos de contacto noutros Estados-Membros e com as próprias autoridades competentes.
- (63) As autoridades dos Estados-Membros deverão assegurar que as infrações às obrigações estabelecidas no presente regulamento são punidas com coimas ou sanções financeiras. Ao fazê-lo, deverão considerar a natureza, a gravidade, a recorrência e a duração da infração, tendo em conta o interesse público em causa, o âmbito e o tipo de atividades exercidas, bem como a capacidade económica do infrator. Neste contexto, deverá ser tido em conta o papel crucial desempenhado pelas obrigações previstas no artigo 7.º para a consecução efetiva dos objetivos do presente regulamento. Além disso, deverão ter em conta se o prestador de serviços em causa não cumpre, de forma sistemática ou recorrente, as obrigações que lhe incumbem por força do presente regulamento, nomeadamente atrasando a prestação de informações às entidades interessadas, bem como, se for caso disso, se o prestador de serviços de propaganda política desenvolve atividades em vários Estados-Membros. As sanções financeiras e as coimas deverão, em cada caso individual, ser eficazes, proporcionadas e dissuasivas, tendo devidamente em conta a disponibilização de garantias processuais suficientes e acessíveis e, em especial, assegurar que o debate político permanece aberto e acessível.
- (64) O exercício, pelas autoridades competentes, dos poderes que lhes são conferidos pelo presente regulamento deverá estar sujeito a garantias processuais adequadas, em conformidade com o direito da União e o direito nacional, incluindo um recurso judicial efetivo e um processo equitativo.
- (65) Os Estados-Membros deverão publicar a duração exata dos seus períodos eleitorais, de acordo com as suas tradições eleitorais, com suficiente antecedência em relação ao início do calendário eleitoral.
- (66) A fim de cumprir os objetivos do presente regulamento, o poder de adotar atos em conformidade com o artigo 290.º do Tratado deverá ser delegado à Comissão no que diz respeito ao artigo 7.º, n.º 7, a fim de especificar mais pormenorizadamente a forma como devem ser estabelecidos os requisitos para a prestação de informações nos avisos de transparência nos termos desse artigo; e, no que diz respeito ao artigo 12.º, n.º 8, para especificar melhor a forma sob a qual devem ser fornecidos os requisitos de prestação de informações sobre o direcionamento. É particularmente importante que a Comissão proceda às consultas adequadas, incluindo dos peritos designados por cada Estado-Membro, e que essas consultas sejam conduzidas de acordo com os princípios estabelecidos no Acordo Interinstitucional sobre «Legislar Melhor», de 13 de abril de 2016. Em particular, a fim de assegurar a igualdade de participação na preparação dos

atos delegados, o Parlamento Europeu e o Conselho recebem todos os documentos ao mesmo tempo que os peritos dos Estados-Membros, e os respetivos peritos têm sistematicamente acesso às reuniões dos grupos de peritos da Comissão que tratam da preparação dos atos delegados.

- (67) No prazo de dois anos após cada eleição para o Parlamento Europeu, a Comissão deverá apresentar um relatório público sobre a avaliação e revisão do presente regulamento. Ao elaborar esse relatório, a Comissão deverá também ter em conta a aplicação do presente regulamento no contexto de outras eleições e referendos que se realizam na União. O relatório deverá analisar, nomeadamente, a continuidade da adequação das disposições dos anexos do presente regulamento e considerar a necessidade da sua revisão.
- (68) O Regulamento (UE) n.º 1141/2014 relativo ao estatuto e ao financiamento dos partidos políticos europeus e das fundações políticas europeias estabelece obrigações complementares em matéria de utilização da propaganda política pelos partidos políticos europeus.
- (69) Atendendo a que os objetivos do presente regulamento, a saber, o contributo para o bom funcionamento do mercado interno da propaganda política e dos serviços conexos e o estabelecimento de regras sobre a utilização do direcionamento no contexto da publicação e difusão de propaganda política, não podem ser suficientemente concretizados pelos Estados-Membros e podem, por conseguinte, ser mais bem alcançados ao nível da União, a União pode adotar o presente regulamento, em conformidade com o princípio da subsidiariedade consagrado no artigo 5.º do TUE. Em conformidade com o princípio da proporcionalidade, consagrado no mesmo artigo, o presente regulamento não excede o necessário para alcançar esses objetivos.
- (70) O presente regulamento aplica-se sem prejuízo das regras estabelecidas, em particular, pela Diretiva 2000/31/CE, incluindo as regras em matéria de responsabilidade dos prestadores intermediários de serviços previstas nos artigos 12.º a 15.º da mesma diretiva, conforme modificada pelo Regulamento (UE) 2021/xxx [Regulamento Serviços Digitais], pelo Regulamento (UE) 2021/xxx [Regulamento Mercados Digitais], pela Diretiva 2002/58/CE e pelo Regulamento (UE) XXX [Regulamento sobre a Privacidade Eletrónica], bem como pela Diretiva (UE) 2010/13, pela Diretiva 2000/31/CE, pela Diretiva 2002/58/CE, pela Diretiva 2005/29/CE, pela Diretiva 2011/83/UE, pela Diretiva 2006/114/CE, pela Diretiva 2006/123/CE e pelo Regulamento (UE) 2019/1150.
- (71) A Autoridade Europeia para a Proteção de Dados foi consultada em conformidade com o disposto no artigo 42.º, n.º 1, do Regulamento (UE) 2018/1725 e emitiu parecer em XX XX de 2022.

ADOTARAM O PRESENTE REGULAMENTO:

CAPÍTULO I – DISPOSIÇÕES GERAIS

Artigo 1.º

Objeto e âmbito de aplicação

1. O presente regulamento estabelece:

- (a) obrigações de transparência harmonizadas para os prestadores de serviços de propaganda política e serviços conexos de conservação, divulgação e publicação de informações relacionadas com a prestação desses serviços;
 - (b) regras harmonizadas sobre a utilização de técnicas de direcionamento e de amplificação no contexto da publicação, divulgação ou promoção de propaganda política que envolva a utilização de dados pessoais.
- 2. O presente regulamento é aplicável à propaganda política preparada, colocada, promovida, publicada ou divulgada na União, ou dirigida a pessoas num ou em mais Estados-Membros, independentemente do local de estabelecimento do prestador de serviços de propaganda política e dos meios utilizados.
- 3. Os objetivos do presente regulamento são os seguintes:
 - (a) contribuir para o bom funcionamento do mercado interno da propaganda política e dos serviços conexos;
 - (b) proteger as pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais.
- 1. O presente regulamento aplica-se sem prejuízo das regras estabelecidas pelos seguintes atos legislativos:
 - (a) Diretiva 2000/31/CE;
 - (b) Diretiva 2002/58/CE e Regulamento (UE) XXX [Regulamento Privacidade Eletrónica];
 - (c) Diretiva 2005/29/CE;
 - (d) Diretiva 2006/114/CE;
 - (e) Diretiva 2006/123/CE;
 - (f) Diretiva (UE) 2010/13;
 - (g) Diretiva 2011/83/UE;
 - (h) Regulamento (UE) 2019/1150;
 - (i) Regulamento (UE) 2021/xxx [Regulamento Serviços Digitais].

Artigo 2.º

Definições

Para efeitos do presente regulamento, entende-se por:

- 1. «serviço», uma atividade económica independente, prestada normalmente mediante remuneração, tal como referido no artigo 57.º do TFUE;
- 2. «propaganda política», a preparação, colocação, promoção, publicação ou difusão, por qualquer meio, de uma mensagem:
 - (a) por, para ou em nome de um interveniente político, a menos que seja de natureza puramente particular ou puramente comercial; ou
 - (b) que seja suscetível de influenciar o resultado de uma eleição ou referendo, de um processo legislativo ou regulamentar ou de um comportamento eleitoral.
- 3. «anúncio de cariz político», uma forma de propaganda política;

4. «interveniente político», qualquer dos seguintes:
- (a) um partido político na aceção do artigo 2.º, n.º 1, do Regulamento (UE, Euratom) n.º 1141/2014 ou uma entidade direta ou indiretamente relacionada com a esfera de atividade desse partido político;
 - (b) uma aliança política na aceção do artigo 2.º, n.º 2, do Regulamento (UE, Euratom) n.º 1141/2014;
 - (c) um partido político europeu na aceção do artigo 2.º, n.º 3, do Regulamento (UE, Euratom) n.º 1141/2014;
 - (d) um candidato a qualquer mandato eleito a nível europeu, nacional, regional e local, ou a um dos cargos de liderança de um partido político;
 - (e) um funcionário eleito numa instituição pública a nível europeu, nacional, regional ou local;
 - (f) um membro não eleito do governo a nível europeu, nacional, regional ou local;
 - (g) uma organização de campanha política com ou sem personalidade jurídica, criada para alcançar um resultado específico numa eleição ou referendo;
 - (h) qualquer pessoa singular ou coletiva que represente ou atue em nome de qualquer das pessoas ou organizações referidas nas alíneas a) a g), que promova os objetivos políticos de qualquer uma delas.
5. «serviço de propaganda política», um serviço que consiste em propaganda política, com exceção de um serviço intermediário em linha na aceção do artigo 2.º, alínea f), do Regulamento (UE) 2021/XXX [Regulamento Serviços Digitais] que é prestado sem consideração pela colocação, publicação ou divulgação da mensagem específica;
6. «campanha de propaganda política», a preparação, colocação, promoção, publicação ou divulgação de uma série de anúncios conexos no âmbito de um contrato de propaganda política, com base numa preparação, patrocínio ou financiamento comuns;
7. «patrocinador», a pessoa singular ou coletiva em cujo nome um anúncio político é preparado, colocado, publicado ou divulgado;
8. «técnicas de direcionamento ou de amplificação», técnicas utilizadas quer para dirigir um anúncio político personalizado apenas a uma pessoa ou a um grupo específico de pessoas, quer para aumentar a circulação, o alcance ou a visibilidade de um anúncio de cariz político;
9. «período eleitoral», o período anterior ou durante ou imediatamente após uma eleição ou referendo num Estado-Membro e durante o qual as atividades de campanha estão sujeitas a regras específicas;
10. «eleitorado pertinente», o conjunto de pessoas com capacidade para votar numa eleição ou referendo a realizar no Estado-Membro em que circula um anúncio de cariz político, que pode ser a totalidade do eleitorado de um Estado-Membro;
11. «editor de propaganda política», uma pessoa singular ou coletiva que difunde, disponibiliza através de uma interface ou traz para o domínio público propaganda política através de qualquer meio;
12. «responsável pelo tratamento», um responsável pelo tratamento nos termos do artigo 4.º, n.º 7, do Regulamento (UE) 2016/679 ou, se aplicável, do artigo 4.º, n.º 8, do Regulamento (UE) 2018/1725.

Para efeitos do primeiro parágrafo, as mensagens de fontes oficiais referidas no n.º 2 relativas à organização e às modalidades de participação em eleições ou referendos, ou de promoção da participação em eleições ou referendos, não constituem propaganda política.

Artigo 3.º

Nível de harmonização

1. Os Estados-Membros não podem manter ou introduzir, por motivos relacionados com a transparência, disposições ou medidas divergentes das estabelecidas no presente regulamento.
2. As prestações de serviços de propaganda política não são proibidas nem limitadas por motivos relacionados com a transparência, sempre que sejam cumpridos os requisitos do presente regulamento.

CAPÍTULO II — OBRIGAÇÕES DE TRANSPARÊNCIA PARA OS SERVIÇOS DE PROPAGANDA POLÍTICA

Artigo 4.º

Transparência

Os serviços de propaganda política são prestados de forma transparente, em conformidade com as obrigações estabelecidas nos artigos 5.º a 11.º e 14.º do presente regulamento.

Artigo 5.º

Identificação de serviços de propaganda política

1. Os prestadores de serviços de propaganda política solicitam aos patrocinadores e aos prestadores de serviços de propaganda política que atuem em nome dos patrocinadores que declarem se o serviço de propaganda política cuja prestação solicitam ao prestador de serviços constitui um serviço de propaganda política na aceção do artigo 2.º, n.º 5. Os patrocinadores e os prestadores de serviços de propaganda política que atuem em nome dos patrocinadores apresentam tal declaração.
2. Os prestadores de serviços de propaganda política asseguram que as disposições contratuais celebradas para a prestação de um serviço de propaganda política especificam o modo como são cumpridas as disposições pertinentes do presente regulamento.

Artigo 6.º

Conservação de registos e transmissão de informações

1. Os prestadores de serviços de propaganda política conservam as informações recolhidas no âmbito da prestação dos seus serviços, sobre:
 - (a) a propaganda política ou a campanha de propaganda política a que o serviço ou serviços estão ligados;
 - (b) o serviço ou serviços específicos prestados no âmbito da propaganda política;
 - (c) os montantes faturados pelo serviço ou serviços prestados e o valor de outros benefícios recebidos, parcial ou totalmente, em troca do serviço ou serviços prestados; e
 - (d) se for caso disso, a identidade do patrocinador e os seus dados de contacto.
2. As informações referidas no n.º 1 são prestadas por escrito e podem ser apresentadas em formato eletrónico. Essas informações serão conservadas durante um período de cinco anos a contar da data da última preparação, colocação, publicação ou divulgação, consoante o caso.
3. Os prestadores de serviços de propaganda política asseguram que as informações referidas no n.º 1 são comunicadas ao editor de propaganda política que divulgará o anúncio de cariz político, a fim de permitir que os editores de propaganda política cumpram as obrigações que lhes incumbem por força do presente regulamento. Essas informações são transmitidas de forma atempada e precisa, em conformidade com as melhores práticas e as normas do setor, através de um processo automatizado normalizado, sempre que tal seja tecnicamente possível.

Artigo 7.º

Requisitos de transparência para cada anúncio de cariz político

1. No contexto da prestação de serviços de propaganda política, cada anúncio de cariz político é disponibilizado com as seguintes informações, de forma clara, evidente e inequívoca:
 - (a) uma declaração de que se trata de um anúncio político;
 - (b) a identidade do patrocinador do anúncio político e da entidade que, em última instância, controla o patrocinador;
 - (c) um aviso de transparência que permita compreender o contexto mais vasto do anúncio político e dos seus objetivos, ou uma indicação clara do local onde pode ser facilmente consultado.

A este respeito, os editores de propaganda política recorrem a técnicas de marcação e rotulagem eficientes e bem visíveis que permitam identificar facilmente o anúncio político como tal e asseguram que a marcação ou a rotulagem permanece ativa, no caso de um anúncio político ser objeto de mais ampla difusão.

2. O aviso de transparência é incluído em cada anúncio de cariz político ou é facilmente acessível a partir dele, e inclui as seguintes informações:
 - (a) a identidade do patrocinador e os dados de contacto;
 - (b) o período durante o qual o anúncio político se destina a ser publicado e divulgado;
 - (c) informações com base, nomeadamente, nas informações recebidas em conformidade com o artigo 6.º, n.º 3, nas informações sobre os montantes agregados gastos ou outros benefícios recebidos, parcial ou totalmente, para a preparação, a colocação, a promoção, a publicação e a divulgação do anúncio em questão e da campanha de propaganda política, se for caso disso, e as respetivas fontes;
 - (d) quando aplicável, a indicação de eleições ou referendos aos quais o anúncio está associado;
 - (e) quando aplicável, ligações para repositórios de anúncios em linha;
 - (f) informações sobre a forma de utilizar os mecanismos previstos no artigo 9.º, n.º 1.
 - (g) As informações a incluir no aviso de transparência são fornecidas utilizando os campos de dados específicos estabelecidos no anexo I.
3. Os editores de propaganda política envidam esforços razoáveis para assegurar que as informações referidas nos n.ºs 1 e 2 são completas e, sempre que considerem não ser esse o caso, não disponibilizam o anúncio político.
4. Os avisos de transparência são mantidos atualizados e apresentados num formato facilmente acessível e, sempre que tecnicamente possível, num formato legível por máquina, claramente visível e fácil de utilizar, nomeadamente através da utilização de linguagem simples. A informação é publicada pelo editor de propaganda política juntamente com o anúncio político desde a sua primeira publicação até um ano após a sua última publicação.
5. Os editores de propaganda política conservam os seus avisos de transparência, juntamente com quaisquer alterações, por um período de cinco anos após o termo do período referido no n.º 4.
6. Os editores de propaganda política que são plataformas em linha de grande dimensão na aceção do artigo 25.º do Regulamento (UE) 2021/xxx [RSD] asseguram que os repositórios por eles disponibilizados nos termos do artigo 30.º desse mesmo regulamento [Regulamento Serviços Digitais] disponibilizam, para cada anúncio político do repositório, as informações nos termos do n.º 2.
7. Os Estados-Membros, incluindo as autoridades competentes, e a Comissão incentivam a elaboração de códigos de conduta destinados a contribuir para a correta aplicação do presente artigo, tendo em conta as características específicas dos prestadores de serviços pertinentes e as necessidades específicas das micro, pequenas e médias empresas, na aceção do artigo 3.º da Diretiva 2013/34/UE.
8. A Comissão fica habilitada a adotar atos delegados em conformidade com o artigo 19.º para alterar o anexo I, acrescentando, modificando ou suprimindo elementos da lista de informações a fornecer nos termos do n.º 2, sempre que, à luz da evolução tecnológica, tal alteração seja necessária para o contexto mais vasto da propaganda política e os seus objetivos sejam compreendidos.

Artigo 8.º

Relatórios periódicos sobre serviços de propaganda política

1. Sempre que prestem serviços de propaganda política, os editores de anúncios incluem, nas suas demonstrações financeiras anuais, informações sobre os montantes ou o valor de outros benefícios recebidos, parcial ou totalmente, em troca desses serviços, incluindo sobre a utilização de técnicas de direcionamento e de amplificação, agregadas por campanha, como parte do seu relatório de gestão na aceção do artigo 19.º da Diretiva 2013/34/UE.
2. O n.º 1 não se aplica às empresas elegíveis ao abrigo do artigo 3.º, n.º 3, da Diretiva 2013/34/UE.

Artigo 9.º

Indicação de eventuais anúncios políticos ilegais

3. Sempre que prestem serviços de propaganda política, os editores de anúncios criam mecanismos que permitam aos particulares notificá-los gratuitamente de que um determinado anúncio que tenham publicado não está em conformidade com o presente regulamento.
4. As informações sobre a forma de notificar anúncios políticos a que se refere o n.º 1 devem ser de fácil utilização e de fácil acesso, nomeadamente a partir do aviso de transparência.
5. Os editores de propaganda política devem permitir a apresentação das informações referidas no n.º 1 por via eletrónica. O editor de propaganda política informa as pessoas do seguimento dado à notificação a que se refere o n.º 1.
6. As notificações repetidas nos termos do n.º 1 relativas ao mesmo anúncio ou campanha publicitária podem ser objeto de resposta coletiva, nomeadamente por referência a um anúncio no sítio Web do editor de propaganda política em causa.

Artigo 10.º

Transmissão de informações às autoridades competentes

1. As autoridades nacionais competentes têm poderes para solicitar a um prestador de serviços de propaganda política que transmita as informações referidas nos artigos 6.º, 7.º e 8.º. As informações transmitidas devem ser completas, exatas e fiáveis e ser apresentadas num formato claro, coerente, consolidado e inteligível. Sempre que tecnicamente possível, as informações são transmitidas num formato legível por máquina.

O pedido deve conter os seguintes elementos:

- (a) uma exposição de motivos que explique o objetivo para o qual as informações são solicitadas e as razões pelas quais o pedido é necessário e proporcionado, a menos que o pedido prossiga o objetivo de prevenção, investigação, deteção e repressão de infrações penais e na medida em que os motivos do pedido possam comprometer esse objetivo;
 - (b) informações sobre as vias de recurso à disposição do prestador de serviços em causa e do patrocinador do serviço de propaganda política.
2. Após a receção de um pedido nos termos do n.º 1, os prestadores de serviços de propaganda política acusam a receção do pedido no prazo de dois dias úteis e informam a autoridade das medidas tomadas para lhe dar cumprimento. O prestador de serviços em causa fornece as informações solicitadas no prazo de dez dias úteis.
3. Os prestadores de serviços de propaganda política designam um ponto de contacto para a interação com as autoridades nacionais competentes. Os prestadores de serviços de propaganda política que sejam PME na aceção do artigo 3.º da Diretiva 2013/34/UE podem designar uma pessoa singular externa como ponto de contacto.

Artigo 11.º

Transmissão de informações a outras entidades interessadas

1. Os prestadores de serviços de propaganda política tomam as medidas adequadas para transmitir as informações a que se refere o artigo 6.º às entidades interessadas, mediante pedido e sem custos.
- Sempre que o prestador de serviços de propaganda política for um editor de propaganda política, toma igualmente as medidas adequadas para transmitir as informações a que se refere o artigo 7.º às entidades interessadas, mediante pedido e sem custos.
2. As entidades interessadas que solicitem a transmissão de informações nos termos do n.º 1 são independentes dos interesses comerciais e inserem-se numa ou mais das seguintes categorias:
- (a) investigadores aprovados em conformidade com o artigo 31.º do Regulamento (UE) 2021/xxx [Regulamento Serviços Digitais];
 - (b) membros de uma organização da sociedade civil cujos objetivos estatutários sejam proteger e promover o interesse público, autorizados ao abrigo da legislação nacional ou da União;
 - (c) intervenientes políticos autorizados ao abrigo da legislação nacional; ou
 - (d) observadores eleitorais nacionais ou internacionais acreditados num Estado-Membro.
- Essas entidades interessadas incluem igualmente jornalistas acreditados num Estado-Membro por organismos nacionais, europeus ou internacionais.
3. Na sequência de um pedido de uma entidade interessada, o prestador de serviços envia todos os esforços para fornecer, no prazo de um mês, as informações solicitadas ou a sua resposta fundamentada nos termos do n.º 5.

4. Ao preparar as informações a prestar nos termos do n.º 1, o prestador de serviços pode agregar os montantes em causa ou colocá-los num intervalo, na medida do necessário para proteger os seus interesses comerciais legítimos.
5. Quando os pedidos apresentados nos termos do n.º 1 forem manifestamente infundados, pouco claros ou excessivos, nomeadamente devido à sua falta de clareza, o prestador de serviços pode recusar-se a responder. Neste caso, o prestador de serviços em questão envia uma resposta fundamentada à entidade interessada que apresenta o pedido.
6. Se os pedidos apresentados ao abrigo do n.º 1 forem repetitivos e o seu tratamento implicar custos significativos, o prestador de serviços pode cobrar uma taxa razoável e proporcionada, que não pode, em caso algum, exceder os custos administrativos da prestação das informações solicitadas.
7. Os prestadores de serviços suportam o ónus de demonstrar que um pedido é manifestamente infundado, pouco claro ou excessivo, ou que os pedidos são repetitivos e implicam custos significativos para o seu tratamento.

CAPÍTULO III — DIRECIONAMENTO E AMPLIFICAÇÃO DA PROPAGANDA POLÍTICA

Artigo 12.º

Requisitos específicos relacionados com o direcionamento e a amplificação

1. São proibidas as técnicas de direcionamento ou de amplificação que envolvam o tratamento de dados pessoais a que se refere o artigo 9.º, n.º 1, do Regulamento (UE) 2016/679 e o artigo 10.º, n.º 1, do Regulamento (UE) 2018/1725, no contexto da propaganda política.
2. A proibição estabelecida no primeiro período não se aplica às situações referidas no artigo 9.º, n.º 2, alíneas a) e d), do Regulamento (UE) 2016/679 e no artigo 10.º, n.º 2, alíneas a) e d), do Regulamento (UE) 2018/1725.
3. Quando recorrem a técnicas de direcionamento ou de amplificação no contexto da propaganda política que envolva o tratamento de dados pessoais, os responsáveis pelo tratamento cumprem, para além dos requisitos estabelecidos no Regulamento (UE) 2016/679 e no Regulamento (UE) 2018/1725, conforme aplicável, os seguintes requisitos:
 - (a) adotar e aplicar uma política interna que descreva numa linguagem clara e simples, em particular, a utilização dessas técnicas de direcionamento para os indivíduos ou de amplificação do conteúdo, e manter essa política por um período de cinco anos;
 - (b) manter registos sobre a utilização do direcionamento ou da amplificação, dos mecanismos, técnicas e parâmetros relevantes utilizados e da(s) fonte(s) dos dados pessoais utilizadas;

- (c) fornecer, juntamente com a propaganda política, informações adicionais necessárias para permitir que a pessoa em causa compreenda a lógica subjacente e os principais parâmetros da técnica utilizada, bem como a utilização de dados de terceiros e de técnicas de análise adicionais. Tais informações incluem os elementos estabelecidos no anexo II.
4. Os editores de propaganda política que recorram a técnicas de direcionamento ou de amplificação incluem no aviso de transparência exigido nos termos do artigo 7.º as informações especificadas no n.º 3, alínea c), e uma ligação para a política referida no n.º 3, alínea a). Se o responsável pelo tratamento dos dados for diferente do editor dos anúncios, transmite a política interna ou uma referência à mesma ao editor de propaganda política.
 5. Os editores de propaganda política que recorram às técnicas de direcionamento ou de amplificação referidas no n.º 3 incluem no anúncio, ou juntamente a este, e no aviso de transparência exigido no artigo 7.º uma referência a meios eficazes de apoio aos indivíduos no exercício dos seus direitos ao abrigo do Regulamento (UE) 2016/679.
 6. As informações a fornecer em conformidade com esta disposição devem ser apresentadas num formato facilmente acessível e, sempre que tecnicamente viável, num formato legível por máquina, claramente visível e de fácil utilização, nomeadamente através da utilização de linguagem simples.
 7. Os prestadores de serviços de anúncios transmitem, se necessário, ao responsável pelo tratamento dos dados as informações necessárias para dar cumprimento ao disposto no n.º 3.
 8. A Comissão fica habilitada a adotar atos delegados em conformidade com o artigo 19.º para alterar o anexo II, alterando ou suprimindo elementos da lista de informações a fornecer nos termos do n.º 3, alínea c), do presente artigo, à luz da evolução tecnológica e da investigação científica pertinente, da evolução da supervisão pelas autoridades competentes e das orientações relevantes emitidas pelos organismos competentes.

Artigo 13.º

Transmissão de informações sobre direcionamento ou amplificação a outras entidades interessadas

1. O responsável pelo tratamento a que se refere o artigo 12.º toma as medidas adequadas para transmitir, a pedido das entidades interessadas nos termos do artigo 11.º, n.º 1, as informações referidas no artigo 12.º.
2. O disposto no artigo 11.º, do n.º 2 ao n.º 7, aplica-se *mutatis mutandis*.

CAPÍTULO IV — SUPERVISÃO E EXECUÇÃO

Artigo 14.º

Representante legal

1. Os prestadores de serviços que prestam serviços de propaganda política na União, mas que não têm um estabelecimento na União, designam, por escrito, uma pessoa singular ou coletiva como seu representante legal num dos Estados-Membros em que o prestador oferece os seus serviços.
2. O representante legal é responsável por assegurar o cumprimento das obrigações do prestador de serviços representado nos termos do presente regulamento e é o destinatário de todas as comunicações com o prestador de serviços relevante previstas no presente regulamento. Qualquer comunicação com esse representante legal é considerada uma comunicação ao prestador de serviços representado.

Artigo 15.º

Autoridades competentes e pontos de contacto

1. As autoridades de controlo referidas no artigo 51.º do Regulamento (UE) 2016/679 ou no artigo 52.º do Regulamento (UE) 2018/1725 são competentes para controlar a aplicação do artigo 12.º do presente regulamento nos respetivos domínios de competência. O artigo 58.º do Regulamento (UE) 2016/679 e o artigo 58.º do Regulamento (UE) 2018/1725 são aplicáveis *mutatis mutandis*. O capítulo VII do Regulamento (UE) 2016/679 é aplicável às atividades abrangidas pelo artigo 12.º do presente regulamento.
2. Os Estados-Membros designam as autoridades competentes para controlar o cumprimento por parte dos prestadores de serviços intermediários na aceção do Regulamento (UE) 2021/xxx [RSD] das obrigações estabelecidas nos artigos 5.º a 11.º e 14.º do presente regulamento, sempre que aplicável. As autoridades competentes designadas nos termos do Regulamento (UE) 2021/xxx [Regulamento Serviços Digitais] podem também ser uma das autoridades competentes designadas para controlar o cumprimento, por parte dos intermediários em linha, das obrigações estabelecidas nos artigos 5.º a 11.º e 14.º do presente regulamento. O Coordenador dos Serviços Digitais a que se refere o artigo 38.º do Regulamento (UE) 2021/xxx em cada Estado-Membro é responsável por assegurar a coordenação a nível nacional no que respeita aos prestadores de serviços intermediários, tal como definidos no Regulamento (UE) n.º 2021/xxx [Regulamento Serviços Digitais]. O artigo 45.º, n.ºs 1 a 4, e o artigo 46.º, n.º 1, do Regulamento (UE) 2021/xxx [Regulamento Serviços Digitais] são aplicáveis às questões relacionadas com a aplicação do presente regulamento no que diz respeito aos prestadores de serviços intermediários.
3. Cada Estado-Membro designa uma ou mais autoridades competentes responsáveis pela aplicação e execução dos aspetos do presente regulamento não referidos nos n.ºs 1 e 2. Cada autoridade competente designada nos termos do presente número goza, estruturalmente, de total independência, tanto do setor como de qualquer intervenção externa ou pressão política. Controla eficazmente, com total independência, e toma

as medidas necessárias e proporcionadas para assegurar o cumprimento do presente regulamento.

4. As autoridades competentes a que se refere o n.º 3, no exercício das suas funções de supervisão relacionadas com o presente regulamento, têm poderes para solicitar o acesso a dados, documentos ou a quaisquer informações necessárias dos prestadores de serviços de propaganda política para o exercício das suas funções de supervisão.
5. As autoridades competentes a que se refere o n.º 3, no exercício dos seus poderes de execução em relação ao presente regulamento, têm poderes para:
 - (a) emitir advertências dirigidas aos prestadores de serviços de propaganda política sobre o seu incumprimento das obrigações previstas no presente regulamento;
 - (b) publicar uma declaração que identifique a(s) pessoa(s) singular(es) e coletiva(s) responsável(eis) pela infração de uma obrigação estabelecida no presente regulamento e a natureza dessa infração;
 - (c) aplicar coimas e sanções financeiras.
6. Os Estados-Membros asseguram a cooperação entre as autoridades competentes, em particular no quadro das eleitorais nacionais, a fim de facilitar o intercâmbio rápido e seguro de informações sobre questões relacionadas com o exercício das suas funções de supervisão e execução nos termos do presente regulamento, nomeadamente através da identificação conjunta de infrações, da partilha de conclusões e conhecimentos especializados e da ligação sobre a aplicação e a execução das regras pertinentes.
7. Para efeitos do presente regulamento, cada Estado-Membro designa uma autoridade competente como ponto de contacto a nível da União.
8. Sempre que um prestador de serviços de propaganda política preste serviços em mais do que um Estado-Membro, ou tenha o seu estabelecimento principal ou um representante num Estado-Membro, mas preste as suas atividades principais noutro Estado-Membro, a autoridade competente do Estado-Membro do estabelecimento principal ou outro estabelecimento ou do representante, e as autoridades competentes desses outros Estados-Membros cooperam e prestam assistência mútua, na medida do necessário. A menos que já esteja regulamentada pelo direito da União, essa cooperação implica, pelo menos, o seguinte:
 - (a) as autoridades competentes que aplicam medidas de supervisão ou de execução num Estado-Membro informam e consultam, através do ponto de contacto referido no n.º 7, as autoridades competentes do ou dos outros Estados-Membros em causa sobre as medidas de supervisão e de execução tomadas e o respetivo seguimento;
 - (b) uma autoridade competente pode solicitar, através do ponto de contacto referido no n.º 7, de forma fundamentada, justificada e proporcionada, a outra autoridade competente, caso esteja mais bem colocada, para tomar as medidas de supervisão ou de execução referidas nos n.ºs 4 e 5; e
 - (c) uma autoridade competente presta, mediante pedido justificado de outra autoridade competente, assistência à outra autoridade competente para que as medidas de supervisão ou de execução referidas nos n.ºs 4 e 5 possam ser aplicadas de forma eficaz, eficiente e coerente. A autoridade competente pertinente objeto desse pedido fornece, através dos pontos de contacto a que se refere o n.º 7 e num prazo proporcional à urgência do pedido, uma resposta

comunicando as informações solicitadas, ou informando que não considera que as condições para solicitar assistência ao abrigo do presente regulamento tenham sido cumpridas. As informações trocadas no contexto da assistência solicitada e prestadas ao abrigo do presente artigo só podem ser utilizadas relativamente ao assunto para o qual foram solicitadas.

9. Os pontos de contacto reúnem-se periodicamente a nível da União no âmbito da Rede Europeia de Cooperação para as Eleições, a fim de facilitar o intercâmbio rápido e seguro de informações sobre questões relacionadas com o exercício das suas funções de supervisão e execução nos termos do presente regulamento.

Artigo 16.º

Sanções

1. Em relação aos artigos 5.º a 11.º, 13.º e 14.º, os Estados-Membros estabelecem regras em matéria de sanções, incluindo coimas e sanções financeiras aplicáveis aos prestadores de serviços de propaganda política sob a sua jurisdição, em caso de infrações ao presente regulamento, que serão, em cada caso individual, eficazes, proporcionadas e dissuasivas.
2. Os Estados-Membros notificam essas regras à Comissão no prazo de 12 meses a contar da data de entrada em vigor do presente regulamento e notificam-na, sem demora, de quaisquer alterações subsequentes que as afetem.
3. Ao decidir sobre o tipo de sanções e o seu nível, serão tidos em devida conta, em cada caso individual, entre outros, os seguintes elementos:
 - (a) a natureza, a gravidade e a duração da infração;
 - (b) o carácter intencional ou negligente da infração;
 - (c) quaisquer medidas tomadas para atenuar eventuais danos;
 - (d) quaisquer infrações anteriores pertinentes e quaisquer outros fatores agravantes ou atenuantes aplicáveis às circunstâncias do caso; e
 - (e) o grau de cooperação com a autoridade competente.
4. As infrações ao artigo 7.º são consideradas particularmente graves quando digam respeito a propaganda política publicada ou divulgada durante um período eleitoral e dirigida aos cidadãos do Estado-Membro em que as eleições em causa estão a ser organizadas.
5. Se um prestador de serviços violar, intencionalmente ou por negligência, as disposições do presente regulamento, para a mesma propaganda política ou para propaganda política conexa, o montante total da coima deve ser suficientemente ajustável para ter em conta todos os fatores pertinentes; o facto de o regulamento ter sido violado em múltiplos aspetos será refletido no montante total da coima, em conformidade com o princípio da proporcionalidade.
6. Em caso de violação das obrigações estabelecidas no artigo 12.º, as autoridades de controlo a que se refere o artigo 51.º do Regulamento (UE) 2016/679 podem, no âmbito das suas competências, aplicar coimas em conformidade com o artigo 83.º do

Regulamento (UE) 2016/679, até ao montante referido no artigo 83.º, n.º 5, do mesmo regulamento.

7. Em caso de violação das obrigações estabelecidas no artigo 12.º, a autoridade de controlo a que se refere o artigo 52.º do Regulamento (UE) 2018/1725 pode aplicar, no âmbito das suas competências, coimas em conformidade com o artigo 66.º do Regulamento (UE) 2018/1725, até ao montante referido no artigo 66.º, n.º 3, do mesmo regulamento.

Artigo 17.º

Publicação dos períodos eleitorais

Os Estados-Membros publicam as datas dos seus períodos eleitorais nacionais num local facilmente acessível, com uma referência adequada ao presente regulamento.

CAPÍTULO V – DISPOSIÇÕES FINAIS

Artigo 18.º

Avaliação e revisão

No prazo de dois anos após cada eleição para o Parlamento Europeu e pela primeira vez até 31 de dezembro de 2026, o mais tardar, a Comissão apresenta um relatório sobre a avaliação e revisão do presente regulamento. Esse relatório avalia a necessidade de alterar o presente regulamento. O relatório é tornado público.

Artigo 19.º

Exercício da delegação

1. O poder de adotar atos delegados é conferido à Comissão nas condições estabelecidas no presente artigo.
2. O poder de adotar atos delegados referido no artigo 7.º, n.º 8, e no artigo 12.º, n.º 8, é conferido à Comissão por um período de [até que a aplicação do presente regulamento seja avaliada, dois anos após as próximas eleições para o Parlamento Europeu].
3. A delegação de poderes referida no artigo 7.º, n.º 8, e no artigo 12.º, n.º 8, pode ser revogada em qualquer momento pelo Parlamento Europeu ou pelo Conselho. A decisão de revogação põe termo à delegação dos poderes nela especificados. A decisão de revogação produz efeitos a partir do dia seguinte ao da sua publicação no *Jornal Oficial da União Europeia* ou de uma data posterior nela especificada. Esta decisão não afeta a validade de quaisquer atos delegados já em vigor.

4. Logo que adota um ato delegado, a Comissão notifica-o simultaneamente ao Parlamento Europeu e ao Conselho.
5. Os atos delegados adotados nos termos do artigo 7.º, n.º 8, ou do artigo 12.º, n.º 8, só entram em vigor se não tiverem sido formuladas objeções pelo Parlamento Europeu ou pelo Conselho no prazo de dois meses a contar da notificação do ato ao Parlamento Europeu e ao Conselho, ou se, antes do termo desse prazo, o Parlamento Europeu e o Conselho tiverem informado a Comissão de que não têm objeções a formular. O referido prazo é prorrogável por dois meses por iniciativa do Parlamento Europeu ou do Conselho.

Artigo 20.º

Entrada em vigor e aplicação

1. O presente regulamento entra em vigor no vigésimo dia seguinte ao da sua publicação no *Jornal Oficial da União Europeia*.
2. É aplicável a partir de 1 de abril de 2023.
3. O presente regulamento é obrigatório em todos os seus elementos e diretamente aplicável em todos os Estados-Membros.

Feito em Bruxelas, em

Pelo Parlamento Europeu
O Presidente

Pelo Conselho
O Presidente