



UNIÃO EUROPEIA

PARLAMENTO EUROPEU

CONSELHO

**Bruxelas, 29 de fevereiro de 2024
(OR. en)**

2021/0381 (COD)

PE-CONS 90/23

**AG 185
MI 1159
DATAPROTECT 388
DISINFO 112
FREMP 388
AUDIO 134
CONSOM 507
TELECOM 406
CODEC 2570**

ATOS LEGISLATIVOS E OUTROS INSTRUMENTOS

**Assunto: REGULAMENTO DO PARLAMENTO EUROPEU E DO CONSELHO sobre
a transparência e o direcionamento da propaganda política**

REGULAMENTO (UE) 2024/...
DO PARLAMENTO EUROPEU E DO CONSELHO

de ...

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 Europeu¹,

Tendo em conta o parecer do Comité das Regiões²,

Deliberando de acordo com o processo legislativo ordinário³,

¹ JO C 275 de 18.7.2022, p. 66.

² JO C 301 de 5.8.2022, p. 102.

³ Posição do Parlamento Europeu de 27 de fevereiro de 2024 (ainda não publicada no Jornal Oficial) e decisão do Conselho de

Considerando o seguinte:

- (1) A oferta e a procura de propaganda política estão a aumentar e a sua natureza está a tornar-se 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 ou mediante outras formas de remuneração, incluindo prestações em espécie.

- (2) A propaganda política pode ser divulgada ou publicada através de vários recursos e meios de comunicação social além-fronteiras, tanto em linha como fora de linha. Está em rápido crescimento e 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 suscetíveis de 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.

- (3) Uma vez que é normalmente prestada mediante remuneração, que pode incluir prestações em espécie, a publicidade, 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 União 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. O aumento da sofisticação da desinformação, a diversificação dos intervenientes, a rápida evolução das novas tecnologias e a maior propagação da manipulação da informação e das interferências nos nossos processos regulamentares e eleitorais democráticos são desafios importantes para a União e para os Estados-Membros. A propaganda política pode ser um vetor de desinformação, em particular quando a publicidade não revela a sua natureza política, provém de patrocinadores de fora da União ou está sujeita a técnicas de direcionamento ou a técnicas de distribuição de anúncios. É necessário um elevado nível de transparência, nomeadamente para apoiar um debate político e campanhas políticas abertos e justos, e eleições ou referendos livres e justos, e para combater a manipulação da informação e as interferências, bem como as interferências ilegais, incluindo de países terceiros. A transparência da propaganda política contribui para permitir que os eleitores e as pessoas singulares em geral compreendam melhor quando lhes é apresentado um anúncio político e para quem tal anúncio está a ser feito, bem como de que forma e por que motivo 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. A literacia mediática deverá ser apoiada para ajudar as pessoas a colher todos os benefícios da transparência da propaganda política.

- (5) O presente regulamento visa assegurar que a prestação de serviços de propaganda política seja realizada no pleno respeito pelos direitos fundamentais.
- (6) No contexto da propaganda política, é frequente serem utilizadas técnicas de direcionamento e de distribuição de anúncios baseadas no tratamento de dados pessoais, incluindo dados pessoais observados e inferidos, tais como os dados que revelam opiniões políticas e outras categorias especiais de dados. As técnicas de direcionamento deverão ser entendidas como técnicas utilizadas quer para dirigir um anúncio político apenas a uma pessoa ou a um grupo específico de pessoas, quer para excluir essa pessoa ou grupo de pessoas, geralmente através de conteúdos personalizados, com base no tratamento de dados pessoais. As técnicas de distribuição de anúncios deverão ser entendidas como uma vasta gama de técnicas de otimização que utilizam o tratamento automatizado de dados pessoais para aumentar a circulação, o alcance ou a visibilidade de um anúncio político. Essas técnicas podem ser utilizadas por editores de propaganda política e, em particular, por plataformas em linha de muito grande dimensão, na aceção do Regulamento (UE) 2022/2065 do Parlamento Europeu e do Conselho⁴, para apresentar anúncios de cariz político a um público específico com base em dados pessoais e no conteúdo dos anúncios. A distribuição de anúncios através de tais técnicas envolve a utilização de algoritmos que atualmente são opacos para as pessoas e cujo efeito pode divergir do que os patrocinadores e prestadores de serviços de publicidade, que atuam em nome dos patrocinadores, pretendiam. Tendo em conta 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 os direitos fundamentais à liberdade de expressão, à privacidade e proteção dos dados pessoais e à igualdade e à não discriminação, bem como o direito a ser informado de forma objetiva, transparente e pluralista.

⁴ Regulamento (UE) 2022/2065 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 19 de outubro de 2022, relativo a um mercado único para os serviços digitais e que altera a Diretiva 2000/31/CE (Regulamento dos Serviços Digitais) (JO L 277 de 27.10.2022, p. 1).

- (7) 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, que afetam a realização de campanhas políticas transfronteiriças e pan-europeias. Alguns Estados-Membros proíbem os prestadores de serviços da União estabelecidos noutra 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 a regulamentação da transparência da propaganda política.
- (8) 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. Essas medidas nacionais são consideradas, em particular, para a propaganda política publicada e divulgada em linha e podem incluir outras restrições. Essas medidas variam entre medidas não vinculativas e vinculativas e implicam diferentes elementos de transparência.
- (9) Essa situação conduz à fragmentação do mercado interno, reduz a segurança jurídica para os prestadores de serviços de propaganda política que preparam, colocam, promovem, publicam, distribuem 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.

- (10) Nesse 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 micro, pequenas e médias empresas, que muitas vezes não dispõem dos recursos necessários para absorver ou transferir os elevados custos de cumprimento associados à preparação, colocação, promoção, publicação, distribuição ou divulgação de propaganda política em mais do que um Estado-Membro. Essa 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.
- (11) 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 deverão ser evitadas divergências que entrem a livre circulação de serviços conexos no mercado interno, estabelecendo regras harmonizadas relativas à prestação de serviços de propaganda política, nomeadamente em matéria de obrigações de transparência e obrigações conexas referentes ao dever de diligência, para os patrocinadores e 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.
- (12) Os Estados-Membros não deverão manter ou introduzir na sua legislação nacional disposições em matéria de transparência da propaganda política que sejam 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 das obrigações de transparência e obrigações conexas referentes ao dever de diligência ligadas à propaganda política aumenta a segurança jurídica e reduz a fragmentação das obrigações que os prestadores de serviços cumprem no contexto da propaganda política.

- (13) A plena harmonização das obrigações de transparência e obrigações conexas referentes ao dever de diligência 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 e de informação protegida ao abrigo do artigo 11.º da Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia («Carta»).
- (14) O presente regulamento limita-se a harmonizar as regras relativas à transparência e obrigações conexas referentes ao dever de diligência, aplicáveis à prestação de serviços de propaganda política e relativas à utilização de técnicas de direcionamento e de técnicas de distribuição de anúncios, bem como as regras relativas à sua supervisão e execução. Não deverá afetar nem o conteúdo dos anúncios de cariz político nem as disposições da União ou dos Estados-Membros que regulam aspetos relacionados com a propaganda política além dos abrangidos pelo presente regulamento. Como tal, o presente regulamento não altera as regras que regulam a condução e o financiamento de campanhas políticas, incluindo as proibições gerais ou limitações à propaganda política durante períodos específicos, os chamados períodos de reflexão, e os donativos feitos por doadores individuais de campanhas ou as proibições relativas à utilização de publicidade comercial para fins de campanha eleitoral. Além disso, o presente regulamento não deverá afetar, em especial, o direito fundamental à liberdade de opinião e de expressão.
- (15) As necessidades específicas das micro, pequenas e médias empresas deverão ser tidas em conta na aplicação e controlo do cumprimento do presente regulamento, em conformidade com o princípio da proporcionalidade. As micro, pequenas e médias empresas deverão ser entendidas enquanto empresas que se enquadram na aceção do artigo 3.º, n.ºs 1, 2 e 3, da Diretiva 2013/34/UE do Parlamento Europeu e do Conselho⁵.

⁵ Diretiva 2013/34/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 26 de junho de 2013, relativa às demonstrações financeiras anuais, às demonstrações financeiras consolidadas e aos relatórios conexos de certas formas de empresas, que altera a Diretiva 2006/43/CE do Parlamento Europeu e do Conselho e revoga as Diretivas 78/660/CEE e 83/349/CEE do Conselho (JO L 182 de 29.6.2013, p. 19).

- (16) O presente regulamento deverá prever obrigações de transparência e obrigações conexas referentes ao dever de diligência harmonizadas aplicáveis aos agentes económicos que prestam serviços de propaganda política e serviços conexos, ou seja, atividades que são normalmente realizadas mediante remuneração, o que poderá incluir uma prestação em espécie. Tais serviços consistem, nomeadamente, na preparação, colocação, promoção, publicação, distribuição e divulgação de anúncios de cariz político. 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 técnicas de distribuição de anúncios, no contexto da promoção, publicação, distribuição ou divulgação de propaganda política, que assentem no tratamento de dados pessoais. As regras do presente regulamento que abordam a utilização de técnicas de direcionamento e de técnicas de distribuição de anúncios baseiam-se no artigo 16.º do TFUE. A propaganda política dirigida a pessoas singulares num Estado-Membro deverá incluir os anúncios inteiramente preparados, colocados, promovidos, publicados, distribuídos ou divulgados por prestadores de serviços estabelecidos fora da União, mas difundidos junto 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.
- (17) As especificidades do meio de publicação ou difusão da propaganda política deverão ser tidas em conta na aplicação do presente regulamento, em especial para adaptar as suas modalidades à televisão, à rádio e ao jornal, consoante o caso, em conformidade com o direito da União.

(18) Importa recordar que a prestação transfronteiriça de serviços de publicidade no mercado interno está sujeita ao princípio da não discriminação. Esse princípio implica, nomeadamente, que o acesso de um destinatário a um serviço oferecido ao público não seja restringido apenas em razão da nacionalidade ou do local de residência ou de estabelecimento do destinatário. Por conseguinte, os prestadores de serviços de propaganda política não deverão poder discriminar os patrocinadores residentes ou legalmente estabelecidos na União em razão do seu local de residência ou estabelecimento, exceto se a diferença de tratamento for justificada e proporcionada em conformidade com o direito da União. O acesso não discriminatório aos serviços de propaganda política transfronteiras é essencial para que os destinatários desses serviços colham todos os benefícios do mercado interno nesse setor. O acesso não discriminatório aos serviços de propaganda política transfronteiras é particularmente importante para os partidos políticos europeus, tendo em conta o seu papel na criação de uma consciência política europeia e na expressão da vontade dos cidadãos da União, tal como estabelecido no artigo 10.º, n.º 4, do TUE e no artigo 12.º, n.º 2, da Carta, bem como o seu estatuto jurídico europeu nos termos do Regulamento (UE, Euratom) n.º 1141/2014 do Parlamento Europeu e do Conselho⁶.

⁶ Regulamento (UE, Euratom) n.º 1141/2014 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 22 de outubro de 2014, relativo ao estatuto e ao financiamento dos partidos políticos europeus e das fundações políticas europeias (JO L 317 de 4.11.2014, p. 1).

Não deverão ser permitidas restrições injustificadas por parte dos prestadores de serviços de propaganda política à liberdade de os partidos políticos europeus receberem serviços de propaganda política transfronteiras, uma vez que obstam à realização de campanhas políticas eficazes em toda a União, impedindo-os assim de desempenhar o papel que lhes é atribuído pelos Tratados. Por conseguinte, os prestadores de serviços de propaganda política não deverão negar, dificultar ou tornar menos atrativos os seus serviços a um partido político europeu apenas em razão do seu local de estabelecimento, incluindo o registo, sem excluir a possibilidade de diferenças de tratamento com base em razões objetivas justificadas. Considerações semelhantes são aplicáveis aos grupos políticos do Parlamento Europeu constituídos em conformidade com o Regimento do Parlamento Europeu e que desempenham as suas funções no âmbito das atividades da União. A cláusula de não discriminação estabelecida no presente regulamento não determina nem afeta de forma alguma o estatuto jurídico dos partidos políticos europeus ou dos grupos políticos no Parlamento Europeu, uma vez que apenas lhes diz respeito na qualidade de patrocinadores.

- (19) É sabido que a interferência nas eleições por parte de determinadas entidades de países terceiros ou nacionais de países terceiros, que podem patrocinar propaganda política na União, representa uma ameaça grave para a democracia, que constitui um valor comum da União cuja garantia é de importância fundamental para a União e os seus Estados-Membros. Por conseguinte, alguns Estados-Membros já implementaram, ou ponderam implementar, várias restrições à concessão de financiamento por entidades de países terceiros ou nacionais de países terceiros no contexto de eleições. Essa situação regulamentar heterogénea, que provavelmente se agravará devido ao clima internacional tenso prevalecente, cria obstáculos à operação dos prestadores de serviços de propaganda política nos mercados de diferentes Estados-Membros. Essa situação regulamentar heterogénea deve, por conseguinte, ser aproximada de uma norma mínima comum. Os prestadores de serviços de propaganda política deverão ser obrigados, nos três meses anteriores a uma eleição ou referendo organizado a nível da União ou a nível nacional, regional ou local num Estado-Membro, a prestar serviços de propaganda política apenas a cidadãos da União, a nacionais de países terceiros que residam permanentemente na União e com direito de voto nessa eleição ou referendo ou a pessoas coletivas estabelecidas na União que não sejam controladas por entidades de países terceiros. O risco de interferência em eleições ou referendos em diferentes Estados-Membros e as avaliações desse risco por parte dos Estados-Membros variam, razão pela qual poderá ser adequado aplicar em diferentes Estados-Membros regras nacionais mais rigorosas que prevejam, nomeadamente, períodos mais longos para restringir o patrocínio por entidades de países terceiros ou nacionais de países terceiros. A norma mínima de três meses não deverá, por conseguinte, impedir os Estados-Membros de preverem regras nacionais mais rigorosas em conformidade com o direito da União. Se uma eleição ou referendo for anunciado menos de três meses antes da data dessa eleição ou referendo, tal não deverá ser entendido como dando origem a obrigações no período anterior ao anúncio das eleições ou referendos.

- (20) A fim de combater a manipulação da informação e a ingerência na propaganda política, as «plataformas em linha», na aceção do Regulamento (UE) 2022/2065, são incentivadas, nomeadamente através do Código de Conduta sobre Desinformação, a estabelecer e aplicar políticas adaptadas e outras medidas pertinentes, nomeadamente através da sua participação em iniciativas mais vastas de desmonetização da desinformação, por forma a impedir a colocação de propaganda política que contenha desinformação.
- (21) Não existe uma definição de propaganda política ou de anúncio de cariz político a nível da União. É necessária uma definição a nível da União para estabelecer o âmbito de aplicação das obrigações de transparência e obrigações conexas referentes ao dever de diligência harmonizadas e das regras relativas à utilização de técnicas de direcionamento e técnicas de distribuição de anúncios. 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.

(22) A definição de propaganda política deverá incluir a propaganda preparada, colocada, promovida, publicada, distribuída ou divulgada direta ou indiretamente por um interveniente político ou em seu nome, ou preparada, colocada, promovida, publicada, distribuída ou divulgada direta ou indiretamente por qualquer meio para um interveniente político ou em seu nome. A propaganda política está geralmente, direta ou indiretamente, sob o controlo de um patrocinador, que poderá ser um interveniente político e, em especial, ser capaz de determinar a natureza política, o conteúdo ou a publicação da propaganda política que está a ser preparada, colocada, promovida, publicada, distribuída ou divulgada. Por vezes, outra entidade pode, em última análise, exercer controlo sobre um patrocinador. A determinação do facto de uma entidade controlar, em última instância, um patrocinador deverá ter por base direitos, contratos ou quaisquer outros meios que, separadamente ou em combinação, e tendo em conta as considerações de facto ou de direito envolvidas, conferem a possibilidade de exercer uma influência determinante sobre uma entidade, nomeadamente através da propriedade, do direito de utilizar a totalidade ou parte dos ativos de uma entidade, ou direitos ou contratos que conferem uma influência determinante na composição, na votação ou nas decisões dos órgãos de uma entidade. A fim de determinar se uma mensagem é de natureza puramente privada ou puramente comercial, deverão ser tidos em conta todos os fatores pertinentes, como o seu conteúdo, o patrocinador da mensagem, a linguagem utilizada para a transmitir, o contexto em que é transmitida, incluindo o período de difusão, o objetivo da mensagem e os meios pelos quais a mensagem é preparada, colocada, promovida, publicada, distribuída ou divulgada e o público-alvo. É provável que as mensagens relativas à situação familiar ou às atividades empresariais de um interveniente político sejam de natureza puramente particular ou puramente comercial.

- (23) A promoção, publicação, distribuição ou divulgação por outros intervenientes de uma mensagem suscetível e concebida com o fim de influenciar o resultado de uma eleição ou referendo, um comportamento eleitoral ou um processo legislativo ou regulamentar a nível da União, nacional, regional ou local também deverá constituir propaganda política. Um processo legislativo ou regulamentar deverá incluir uma tomada de decisões com efeitos vinculativos de aplicação geral a nível da União, nacional, regional ou local. Deverá existir uma ligação clara e substancial entre a mensagem e o seu potencial para influenciar o resultado de uma eleição ou referendo, um comportamento eleitoral ou um processo legislativo ou regulamentar. A fim de determinar a existência de tal ligação, deverão ser tidos em conta todos os fatores pertinentes no momento da promoção, publicação, distribuição ou divulgação da mensagem, como a identidade do patrocinador da mensagem, a forma e o conteúdo da mensagem, a língua falada ou escrita utilizada para a transmitir, o contexto em que a mensagem foi transmitida, incluindo o período de divulgação, como um período eleitoral, o objetivo da mensagem e os meios através dos quais a mensagem foi promovida, publicada, distribuída ou divulgada e o público-alvo. A língua deverá ser entendida como incluindo qualquer língua utilizada na União, incluindo dialetos regionais e linguagem gestual, utilizando qualquer meio de comunicação ou codificação, como Braille e outros meios. A conceção deverá ser evidente nesses fatores e uma ligação não deverá ser derivada apenas retroativamente a partir do impacto de uma mensagem.

- (24) A propaganda política inclui a situação em que a preparação, colocação, promoção, publicação, distribuição ou divulgação de uma mensagem suscetível e concebida com o fim de influenciar o resultado de uma eleição ou referendo, de um comportamento eleitoral ou de um processo legislativo ou regulamentar é realizada por uma entidade que atua em seu próprio nome (atividades internas). As atividades internas, que deverão ser consideradas exclusivamente relevantes para efeitos do capítulo III do presente regulamento, deverão ser entendidas como atividades realizadas no seio de uma entidade que incluam ou contribuam substancialmente para a preparação, colocação, promoção, publicação, distribuição ou divulgação, por qualquer meio, de uma mensagem suscetível e concebida com o fim de influenciar o resultado de uma eleição ou referendo, de um comportamento eleitoral ou de um processo legislativo ou regulamentar.
- (25) A publicidade comercial e as práticas de comercialização podem legitimamente afetar a percepção dos consumidores sobre os produtos e serviços ou o seu comportamento de consumo, nomeadamente através da diferenciação da marca com base em ações da empresa no domínio da responsabilidade social das empresas, da produção de impacto social ou de qualquer outro tipo de interação orientada para objetivos específicos. O presente regulamento deverá aplicar-se a publicidade comercial que seja suscetível e concebida com o fim de influenciar o resultado de uma eleição ou referendo, de um comportamento eleitoral ou de um processo legislativo ou regulamentar.
- (26) É necessário que a Comissão elabore orientações comuns para a aplicação efetiva do presente regulamento e, em particular, para apoiar os patrocinadores ou os prestadores de serviços de publicidade que atuem em nome dos patrocinadores na declaração e identificação de anúncios de cariz político, bem como apoiar os prestadores de serviços de propaganda política na facilitação e administração adequada de tais declarações.

- (27) Por uma questão de eficácia da comunicação com o grande público, a comunicação pública feita por, por conta ou em nome de qualquer autoridade pública de um Estado-Membro da União, inclusive por membros do Governo, como comunicados de imprensa ou conferências que anunciem iniciativas legislativas ou regulamentares e que expliquem as escolhas políticas subjacentes a tais iniciativas, não deverá constituir propaganda política, desde que não seja suscetível nem concebida com o fim de influenciar o resultado de uma eleição ou referendo, um comportamento eleitoral ou um processo legislativo ou regulamentar. Do mesmo modo, as informações práticas de fontes oficiais dos Estados-Membros ou da União que se limitem exclusivamente à organização e às modalidades de participação nas eleições ou referendos, inclusive o anúncio de candidaturas ou a pergunta posta a referendo, não deverão tão-pouco constituir propaganda política.
- (28) O presente regulamento não deverá ser aplicável nos casos em que esteja explicitamente previsto na lei e seja atribuído gratuitamente um determinado espaço público para a apresentação de candidatos, por exemplo, através da atribuição de espaço para esse efeito nos municípios e noutros espaços públicos ou num determinado tempo de antena na televisão, sempre que tal se processe de forma equitativa e não discriminatória, com base em critérios transparentes e objetivos.

- (29) Os meios de comunicação social contribuem para o bom funcionamento dos processos democráticos e são fundamentais para garantir a liberdade de expressão e de informação, em especial durante o período imediatamente anterior a uma eleição. Proporcionam um espaço de debate público e contribuem para a formação da opinião pública. Por conseguinte, o presente regulamento não deverá afetar a liberdade editorial dos meios de comunicação social. As opiniões políticas expressas em qualquer meio sob responsabilidade editorial não deverão ser abrangidas, a menos que um pagamento específico ou outra remuneração sejam efetuados por terceiros para a sua preparação, colocação, promoção, publicação, distribuição ou divulgação ou no âmbito dessas atividades. No entanto, caso tais opiniões políticas sejam subsequentemente promovidas, publicadas ou divulgadas por prestadores de serviços de propaganda política, podem ser consideradas propaganda política.
- (30) As opiniões políticas expressas a título pessoal constituem uma manifestação particular do direito à liberdade de expressão e de informação. Não se trata de propaganda política e é necessário que essa distinção seja claramente estabelecida. Para o efeito, as opiniões políticas expressas a título pessoal não deverão ser abrangidas pelo presente regulamento. A identificação das opiniões políticas expressas a título pessoal deverá normalmente resultar da autodeterminação individual, mas podem ser tidos em conta elementos contextuais. Os fatores pertinentes podem incluir se o parecer é emitido em nome de outra entidade, se a mensagem pretende autopromover uma candidatura ou campanha no âmbito de uma eleição, referendo ou processo legislativo ou regulamentar, se é expressa por uma pessoa que, de um modo geral, está ativa na campanha ou na tomada de medidas para lograr mudanças em questões políticas ou sociais, e se a mensagem é divulgada a um número indeterminado de pessoas. Não se deverá considerar que uma opinião política é expressa a título pessoal se para a expressão dessa opinião, ou em ligação com ela, estiver prevista uma remuneração específica de terceiros, incluindo prestações em espécie.

- (31) Para efeitos do presente regulamento, entende-se por eleições as eleições para o Parlamento Europeu, 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 por classes profissionais ou pelo setor privado.
- (32) 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, de sítios Web, motores de busca, meios de transmissão em contínuo ou através de um serviço de plataformas em linha.
- (33) A definição de intervenientes políticos deverá 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. A definição de intervenientes políticos deverá incluir as entidades afiliadas e subsidiárias de um partido político estabelecidas, com ou sem personalidade jurídica, a fim de o apoiar ou realizar os seus objetivos, por exemplo através do envolvimento com um grupo específico de eleitores ou para um fim eleitoral específico.
- (34) A definição de intervenientes políticos deverá incluir também candidatos ou detentores de um qualquer mandato eleito e membros do governo de um Estado-Membro a nível nacional, regional ou local, ou das instituições da União, à exceção do Tribunal de Justiça da União Europeia, do Banco Central Europeu e do Tribunal de Contas.

- (35) A definição de uma campanha de propaganda política deverá referir-se à preparação, colocação, promoção, publicação, distribuição ou divulgação de uma série de anúncios conexos no âmbito de um contrato de propaganda política com base numa preparação, patrocínio ou financiamento comuns.
- (36) A definição de propaganda política não deverá afetar as definições nacionais de partido político, objetivos políticos ou campanhas políticas, nem alterar ou interferir com as regras das campanhas políticas a nível nacional.
- (37) A definição de interveniente político não deverá afetar as regras nacionais que estabelecem quem pode conduzir campanhas políticas nem deverá obrigar os Estados-Membros a adotarem essas regras.
- (38) 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 deverão ser entendidos como incluindo os prestadores envolvidos na preparação, na colocação, na promoção, na publicação, na distribuição ou na divulgação de anúncios de cariz político. Por exemplo, os prestadores de serviços de propaganda política podem agir em nome dos patrocinadores e iniciar serviços de propaganda política em seu nome.
- (39) A definição de prestadores de serviços de propaganda política não deverá incluir os prestadores que prestam serviços meramente auxiliares em relação a serviços de propaganda política. Os serviços auxiliares são serviços prestados de forma adicional e complementar à propaganda política, mas que não têm influência direta sobre o seu conteúdo ou apresentação, nem controlo direto sobre a sua preparação, colocação, promoção, publicação, distribuição ou divulgação. Tais serviços podem incluir serviços de transporte, financiamento e investimento, compras, vendas, catering, comercialização, informáticos, limpeza, manutenção, serviços postais, serviços de impressão, serviços de grafismo, sonoplastia ou fotografia.

- (40) Por patrocinador deverá entender-se a pessoa ou entidade em nome da qual o anúncio de cariz político é preparado, colocado, promovido, publicado, distribuído ou divulgado, por exemplo, um candidato a uma eleição ou um partido político, e que é geralmente a pessoa ou entidade que remunera a prestação de serviços de propaganda política.
- (41) Por editores de propaganda política deverá entender-se os prestadores de serviços de propaganda política, geralmente no final da cadeia de prestadores de serviços, que publicam, distribuem ou divulgam propaganda política através da radiodifusão, disponibilizando-a através de uma interface ou divulgando-a ao público de outra forma.
- (42) Os prestadores de serviços de propaganda política têm responsabilidades que apoiam a consecução dos objetivos do presente regulamento. Determinados prestadores de serviços de propaganda política difundem, disponibilizam através de uma interface ou trazem para o domínio público propaganda política e estão, por força desse papel, em condições de assegurar que tal é feito em conformidade com o presente regulamento e proporciona um elevado nível de transparência. Por conseguinte, esses prestadores de serviços deverão ter responsabilidades específicas enquanto editores de propaganda política, sendo necessário que sejam identificados como tal.
- (43) Um patrocinador deverá declarar com veracidade se a propaganda em causa constitui propaganda política na aceção do presente regulamento e, nos três meses anteriores a uma eleição ou referendo organizado a nível da União ou a nível nacional, regional ou local num Estado-Membro, se pode atuar como patrocinador nos termos do presente regulamento. O patrocinador deverá ser responsável pela exatidão dessas declarações. Além disso, uma vez identificado um anúncio como político, a sua posterior divulgação deverá continuar a cumprir os requisitos de transparência e os de dever de diligência conexos.

- (44) Tendo em conta a importância de garantir, em especial, a eficácia das regras em matéria de requisitos de transparência e os de dever de diligência conexos, os acordos contratuais celebrados para a prestação de serviços de propaganda política deverão assegurar que as informações necessárias para permitir que os prestadores de serviços de propaganda política cumpram o presente regulamento sejam transmitidas de boa-fé e de forma completa e exata, e sem demora injustificada. No caso de uma declaração ou de informações incompletas, desatualizadas ou erradas, o presente regulamento deverá prever que essa declaração ou informação seja completada, atualizada ou corrigida. Não deverá isto significar que o prestador de serviços de propaganda política tenha a obrigação geral de controlar a veracidade das declarações relativas à natureza política dos anúncios de cariz político ou de realizar exercícios excessivos ou onerosos de apuramento de factos. A fim de aplicar eficazmente o requisito de complementar, atualizar ou corrigir essa declaração ou informações, os prestadores de serviços de propaganda política deverão adaptar as suas interfaces em linha para facilitar o cumprimento dessas obrigações.
- (45) Os prestadores de serviços de publicidade deverão considerar uma declaração ou informação manifestamente errada se tal facto decorrer do conteúdo do anúncio, da identidade do patrocinador ou do contexto em que o serviço em causa é prestado, sem outros exercícios de verificação ou de apuramento de factos.

- (46) Os editores de propaganda política que também sejam plataformas em linha de muito grande dimensão e motores de pesquisa em linha de muito grande dimensão na aceção do Regulamento (UE) 2022/2065 deverão identificar, analisar e avaliar, diligentemente, quaisquer riscos sistémicos que os seus serviços de propaganda política colocam no contexto das suas avaliações dos riscos, nos termos do artigo 34.º do referido regulamento, e pôr em prática medidas de atenuação razoáveis, proporcionadas e eficazes em conformidade com o artigo 35.º do mesmo regulamento para fazer face a tais riscos.
- (47) As regras de transparência e os requisitos de dever de diligência conexos estabelecidos 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 prestações em espécie. Essas regras 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 contrapartida pela colocação, publicação, distribuição ou divulgação da mensagem específica, a menos que o utilizador tenha sido remunerado por um terceiro pelo anúncio de cariz político.
- (48) As regras de transparência e os requisitos de dever de diligência conexos 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.

- (49) A liberdade de expressão e de informação, tal como protegida pelo artigo 11.º da Carta, abrange o direito da pessoa a ter opinião política, receber e transmitir informações políticas e partilhar ideias políticas. Qualquer restrição a tal liberdade tem de respeitar o artigo 52.º da Carta. Essa liberdade pode ser objeto de modulações e restrições quando tal seja necessário e 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 propaganda política. A liberdade de expressão e de informação é uma das pedras angulares de um debate democrático dinâmico.
- (50) O presente regulamento não deverá ter por efeito impor aos Estados-Membros a obrigação de tomar medidas que violem os princípios fundamentais relativos à liberdade de expressão e de informação, em especial a liberdade de imprensa e a liberdade de expressão noutros meios de comunicação social, consagrados na tradição constitucional, ou nas normas que regem os direitos e responsabilidades da imprensa e de outros meios de comunicação social e as respetivas garantias processuais de que gozam, nomeadamente quando essas normas se prendam com a determinação ou a limitação da responsabilidade.

- (51) No que diz respeito aos intermediários em linha, o Regulamento (UE) 2022/2065 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) 2022/2065, nomeadamente para as plataformas em linha de muito 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 (UE) 2022/2065.
- (52) A preparação, a colocação, a promoção, a publicação, a distribuição e a divulgação de anúncios de cariz político 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 direcionamento e de distribuição de anúncios, o fornecimento de dados utilizados para o direcionamento e a distribuição de um anúncio, as disposições relativas às técnicas de direcionamento e técnicas de distribuição de anúncios, a distribuição de um anúncio e a sua divulgação podem ser controlados por diferentes prestadores de serviços.

Além disso, os patrocinadores podem também estar envolvidos em diferentes fases da preparação, colocação, promoção, publicação, distribuição e divulgação de propaganda política. Do mesmo modo, para efeitos de técnicas de direcionamento e técnicas de distribuição de anúncios, um responsável pelo tratamento pode determinar as finalidades e os meios do tratamento em conjunto com outros responsáveis pelo tratamento ou a operação de tratamento pode ser realizada por outra entidade em nome do responsável pelo tratamento. À luz da jurisprudência do Tribunal de Justiça da União Europeia, a responsabilidade conjunta pelo tratamento também pode ser estabelecida quando apenas uma entidade tenha acesso aos dados pessoais em causa. Devido aos seus diferentes contributos, nomeadamente a definição de parâmetros de direcionamento, a designação das categorias de dados e o tratamento aquando da exibição de anúncios, prestadores de serviços e patrocinadores decidiriam regularmente e em conjunto sobre os meios e as finalidades do tratamento de dados pessoais para propaganda política, podendo, por conseguinte, ser considerados responsáveis conjuntos pelo tratamento nos termos do artigo 26.º do Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho⁷ e do artigo 28.º do Regulamento (UE) 2018/1725 do Parlamento Europeu e do Conselho⁸. Por conseguinte, é necessário prever uma repartição clara das responsabilidades das várias entidades ao abrigo do presente regulamento.

⁷ 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).

⁸ 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).

- (53) Sempre que uma construção comercial ou contratual artificial corre o risco de contornar a eficácia das obrigações de transparência estabelecidas no presente regulamento, essas obrigações aplicam-se à entidade ou às entidades que, em substância, prestam o serviço de anúncios.
- (54) Embora prevejam requisitos específicos, as obrigações estabelecidas no presente regulamento não deverão ser entendidas como impondo uma obrigação geral de controlo aos prestadores de serviços intermediários relativamente a conteúdos políticos partilhados por pessoas singulares ou coletivas, nem como impondo uma obrigação geral aos prestadores de serviços intermediários de tomarem medidas proativas relativamente a conteúdos ilegais transmitidos ou armazenados por esses prestadores de serviços.
- (55) A fim de apoiar o cumprimento dos requisitos do presente regulamento, nomeadamente os relativos à utilização de técnicas de direcionamento e técnicas de distribuição de anúncios no contexto da propaganda política em linha, os prestadores de serviços intermediários são incentivados a facilitar a identificação da propaganda política carregada ou divulgada diretamente pelos utilizadores através do seu serviço intermediário em linha. Por exemplo, os prestadores de serviços intermediários podem colocar à disposição dos utilizadores mecanismos eficientes para indicarem que um anúncio tem cariz político.

- (56) A transparência da propaganda política deverá permitir que as pessoas singulares compreendam que são confrontadas com um anúncio de cariz político. Os editores de propaganda política deverão assegurar a publicação juntamente com cada anúncio de cariz político, de uma declaração clara de que se trata de um anúncio de cariz político e de outras informações, como a identidade do seu patrocinador, a campanha política de que faz parte e se foi sujeito a técnicas de direcionamento e técnicas de distribuição de anúncios. Se for caso disso, o nome do patrocinador poderá incluir um logótipo político. Os editores de propaganda política deverão assegurar que os anúncios de cariz político estão corretamente rotulados e utilizar uma rotulagem eficaz e que inclua as informações especificadas, nomeadamente uma indicação clara de onde recuperar o aviso de transparência. Deverão ser atribuídas competências de execução à Comissão com vista à adoção de atos de execução para estabelecer o formato e o modelo dos rótulos e para assegurar a sua adaptação ao meio utilizado, tendo em conta os mais recentes desenvolvimentos tecnológicos e do mercado, a investigação científica pertinente e as melhores práticas.

(57) A fim de apoiar a responsabilização no processo político, as informações a ser fornecidas num aviso de transparência deverão incluir também a identidade do patrocinador e, se for caso disso, da entidade que, em última instância, controla o patrocinador. 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 outros intervenientes políticos envolvidos, 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 de propaganda política, 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. Caso um anúncio de cariz político seja republicado após ter sido suspenso ou interrompido devido a uma infração ao presente regulamento, os avisos de transparência deverão indicá-lo, por forma a assegurar que as pessoas sejam devidamente informadas. O aviso de transparência deverá estar disponível imediatamente após a publicação ou divulgação do anúncio e as informações nele contidas deverão ser mantidas atualizadas. Além disso, o aviso de transparência deverá 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 estabelecidas no Regulamento (UE) 2022/2065.

- (58) A fim de assegurar uma maior transparência da propaganda política, é necessário recolher e apresentar no aviso de transparência pertinente informações sobre o alcance da propaganda política e as interações das pessoas com ela. O alcance da mensagem diz respeito a dados que permitem quantificar a distribuição geográfica e o número de pessoas individuais que visualizaram, receberam ou interagiram de outra forma com a propaganda política, incluindo o número de visualizações, impressões e cliques. A interação com a mensagem diz respeito a dados que permitem quantificar as interações das pessoas individuais com propaganda política em linha, medidas por vários meios, incluindo o período de interação com o anúncio político. As normas pertinentes para a elaboração da rotulagem e dos avisos de transparência de anúncios de cariz político deverão incidir sobre a quantificação do alcance e das interações.
- (59) A apresentação das informações no aviso de transparência pode variar em função dos meios utilizados. A fim de recuperar facilmente as informações constantes do aviso de transparência em anúncios fora de linha, pode recorrer-se, por exemplo, a uma página Web específica, a um código de resposta rápida («código QR») ou a medidas técnicas equivalentes de fácil utilização. 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, cumprindo os requisitos de acessibilidade aplicáveis, incluindo, sempre que tal seja tecnicamente viável, tornando a informação disponível através de mais do que um canal sensorial. A fim de poder ter em conta a mais recente evolução tecnológica e do mercado, a investigação científica pertinente e as melhores práticas e para assegurar que os avisos de transparência são adaptados ao meio utilizado, deverão ser atribuídas competências de execução à Comissão para adotar atos de execução que estabeleçam o seu formato e forneçam especificações técnicas.

- (60) É necessário que, sempre que a propaganda política seja disponibilizada por via eletrónica, nomeadamente através de um meio em linha, o aviso de transparência que a acompanha também esteja disponível por via eletrónica e num formato legível por máquina. A propaganda política que seja disponibilizada apenas através de um suporte fora de linha, como folhetos impressos ou jornais impressos, pode ser acompanhada de avisos de transparência que também sejam disponibilizados apenas através de um suporte fora de linha, incluído no mesmo folheto impresso ou jornal. No entanto, caso a propaganda política seja disponibilizada através de um meio fora de linha e o aviso de transparência seja disponibilizado eletronicamente, o aviso de transparência deverá também ser legível por máquina.
- (61) As informações deverão ser consideradas legíveis por máquina se forem fornecidas num formato que as aplicações informáticas possam processar automaticamente, sem intervenção humana, em especial para efeitos de identificação, reconhecimento e extração de dados específicos.
- (62) 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, ao ser publicado noutra plataforma ou reenviado entre particulares. As informações incluídas no aviso de transparência deverão ser publicadas no início da publicação dos anúncios de cariz político e permanecer até ao final da sua publicação. Os editores de propaganda política deverão conservar e, mediante pedido, disponibilizar os seus avisos de transparência, juntamente com quaisquer alterações, por um prazo de sete anos após a última publicação.

- (63) Uma vez que os editores de propaganda política disponibilizam anúncios de cariz político ao público, deverão publicar ou divulgar a informação incluída no aviso de transparência ao público juntamente com a publicação ou a divulgação do anúncio político. Sempre que o editor de propaganda política tome conhecimento, por qualquer meio, de que determinado anúncio de cariz político não cumpre os requisitos de transparência ao abrigo do presente regulamento, por exemplo, na sequência de uma notificação individual, deverá envidar esforços razoáveis para completar ou corrigir as informações exigidas ao abrigo do presente regulamento. Se não for possível completar ou corrigir a informação sem demora injustificada, os editores de propaganda política não deverão colocar à disposição do público ou deverão interromper a publicação ou divulgação ao público dos anúncios políticos que não cumpram os requisitos de transparência ao abrigo do presente regulamento. Nessas situações, os editores de propaganda política deverão informar os prestadores de serviços de propaganda política em causa e, se for o caso, o patrocinador, das medidas razoáveis tomadas para cumprir os requisitos previstos no presente regulamento. O editor deverá informar o promotor ou o prestador de serviços que atua em nome do promotor, sobre quaisquer decisões tomadas a este respeito.

(64) A fim de assegurar a publicação das informações sobre propaganda política em linha exigidas ao abrigo do presente regulamento e o acesso efetivo a essas informações por parte de todas as pessoas individuais interessadas, é necessário que a Comissão crie e assegure, diretamente ou confiando esta responsabilidade a uma autoridade de gestão, a gestão de um repositório público para todos os anúncios de cariz político em linha, o repositório europeu de anúncios de cariz político em linha. Qualquer delegação numa autoridade de gestão deverá ser sujeita às necessárias adaptações regulamentares. A fim de apoiar o acesso das pessoas individuais à informação, nomeadamente para facilitar o trabalho dos intervenientes interessados, como os investigadores no seu papel específico, e apoiar eleições ou referendos livres e justos e campanhas eleitorais justas, nomeadamente examinando os patrocinadores de propaganda política e analisando o panorama da propaganda política, esse repositório deverá incluir uma funcionalidade que permita o acesso à propaganda política em linha, juntamente com as informações exigidas ao abrigo do presente regulamento, durante um período definido, através de um portal único. A fim de apoiar os editores de propaganda política que não sejam plataformas em linha de muito grande dimensão ou motores de pesquisa em linha de muito grande dimensão na aceção do Regulamento (UE) 2022/2065, esse repositório deverá incluir um serviço de alojamento virtual que assegure a disponibilidade da propaganda política em linha e das informações publicadas gratuitamente. Esses editores de propaganda política deverão disponibilizar as informações necessárias num prazo especificado. Os editores e patrocinadores de propaganda política deverão continuar a ser responsáveis pelos anúncios de cariz político e outras informações disponibilizadas através do repositório europeu de anúncios de cariz político em linha, nomeadamente pela sua exaustividade e exatidão e por assegurar que se mantêm atualizados.

A fim de assegurar o funcionamento eficaz do repositório europeu de anúncios de cariz político em linha, deverão ser atribuídas competências de execução à Comissão para adotar atos de execução por forma a estabelecer disposições pormenorizadas sobre o funcionamento desse repositório. Esses atos de execução deverão dizer respeito, nomeadamente, a uma estrutura comum de dados e a uma interface de programação de aplicações que permita a transmissão das informações necessárias, bem como a sua extração a partir do repositório, metadados, a fim de facilitar a indexação de anúncios de cariz político pelos motores de pesquisa em linha e a sua inclusão no repositório, bem como soluções de autenticação normalizadas, a fim de permitir a ligação das informações em matéria de transparência aos anúncios de cariz político, bem como a autenticação das versões das informações.

- (65) No cumprimento das obrigações que lhes são impostas pelo presente regulamento, os prestadores de serviços de propaganda política deverão ter devidamente em conta os direitos fundamentais e outros direitos e interesses legítimos. Os prestadores de serviços de propaganda política deverão, em especial, ter devidamente em conta a liberdade de expressão e de informação, nomeadamente a liberdade e o pluralismo dos meios de comunicação social.

- (66) Além disso, os editores de propaganda política que sejam plataformas em linha de muito grande dimensão ou motores de pesquisa em linha de muito grande dimensão na aceção do Regulamento (UE) 2022/2065, deverão assegurar que, para cada anúncio de cariz político, as informações contidas no aviso de transparência são disponibilizadas nos repositórios de anúncios referidos no artigo 39.º do referido regulamento e acessíveis através do repositório europeu de anúncios de cariz político em linha. Tais informações deverão ser disponibilizadas a partir do momento da publicação e mantidas atualizadas e fornecidas de acordo com uma norma acordada do setor aplicável à acessibilidade, à estrutura dos dados e ao acesso por via de uma interface comum de programação de aplicações acessível ao público.
- (67) 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, esses prestadores deverão ser considerados em conjunto como editores de propaganda política, com 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 deverão viabilizar a conformidade com o presente regulamento.

- (68) As informações sobre os montantes 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 ou à distribuição da propaganda política no período em causa, agregadas à campanha, bem como informações pertinentes transmitidas aos editores de propaganda política por outras entidades. Para evitar encargos desproporcionados, essas obrigações de comunicação de informações em matéria de transparência não deverão ser aplicáveis às micro, pequenas ou médias empresas elegíveis ao abrigo do artigo 3.º, n.ºs 1, 2 e 3, da Diretiva 2013/34/UE.

(69) Os editores de propaganda política que prestam serviços de propaganda política deverão criar mecanismos que permitam às pessoas singulares ou coletivas comunicar-lhes que determinado anúncio político que tenham publicado não está em conformidade com o presente regulamento. As organizações da sociedade civil, as organizações de defesa dos direitos humanos e de vigilância, os jornalistas e outras entidades interessadas têm um papel crucial a desempenhar nesse contexto. Os mecanismos de comunicação relativos a um tal anúncio deverão ser de fácil acesso e utilização e adaptados à forma de propaganda distribuída pelo editor de propaganda política. Na medida do possível, esses mecanismos deverão ser acessíveis a partir do próprio anúncio, por exemplo no sítio Web do editor de propaganda política. Sempre que necessário, os editores de propaganda política deverão adotar medidas técnicas para aplicar normas mínimas de segurança relativas às tecnologias da informação, nomeadamente medidas de prevenção contra as notificações automatizadas. Os editores de propaganda política deverão poder contar com os mecanismos existentes, quando apropriado. Por exemplo, nos casos em que os editores de propaganda política são prestadores de serviços de alojamento em linha, na aceção do Regulamento (UE) 2022/2065, no que diz respeito aos anúncios políticos alojados a pedido dos destinatários dos seus serviços, os editores de propaganda política deverão poder contar com os mecanismos de notificação e ação nos termos desse regulamento para as notificações relativas ao incumprimento de tais anúncios em relação ao presente regulamento. Caso os referidos mecanismos não estejam disponíveis, as pessoas deverão poder informar diretamente as autoridades competentes sobre tais anúncios de cariz político.

- (70) No interesse de uma aplicação coerente dos mecanismos que permitam a notificação de propaganda política potencialmente não conforme, a Comissão deverá elaborar orientações, em especial no sentido de apoiar a preparação de especificações técnicas adequadas destinadas aos mecanismos, que estejam adaptadas aos meios de comunicação audiovisuais e impressos, bem como à propaganda em linha e fora de linha.
- (71) Os editores de propaganda política deverão examinar e dar resposta às notificações recebidas nos termos do presente regulamento de forma diligente, não arbitrária e objetiva, conforme a seguir especificado. O editor de propaganda política deverá acusar a receção da notificação e informar, conforme adequado, as pessoas singulares ou coletivas que efetuaram a notificação sobre o seguimento dado à mesma, bem como prestar informações sobre as possibilidades de recurso, incluindo, se aplicável, as disponíveis ao abrigo da Diretiva (UE) 2020/1828 do Parlamento Europeu e do Conselho⁹, no que respeita ao anúncio a que a notificação se refere. A fim de assegurar que os patrocinadores e os prestadores de serviços de propaganda política afetados estão cientes do impacto das notificações, o editor de propaganda política deverá também informar os patrocinadores ou prestadores de serviços de propaganda política em causa de quaisquer medidas pertinentes que tomem na sequência das notificações. Visando assegurar o funcionamento eficaz desses mecanismos no último mês anterior a uma eleição ou um referendo, sendo um período particularmente sensível, os editores de propaganda política que não sejam considerados micro, pequenas ou médias empresas nos termos do artigo 3.º, n.ºs 1, 2 e 3, da Diretiva 2013/34/UE deverão tratar as notificações que recebam sobre um anúncio associado à eleição ou ao referendo em questão no prazo de 48 horas, desde que a notificação possa ser tratada por completo com base nas informações incluídas na notificação.

⁹ Diretiva (UE) 2020/1828 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 25 de novembro de 2020, relativa a ações coletivas para proteção dos interesses coletivos dos consumidores e que revoga a Diretiva 2009/22/CE (JO L 409 de 4.12.2020, p. 1).

- (72) Qualquer medida adotada por um editor de propaganda política deverá ser estritamente direcionada, no sentido de que deverá, em primeiro lugar, servir para corrigir ou completar as informações exigidas e apenas em último recurso suprimir elementos específicos das informações que não cumpram o disposto no presente regulamento. Ao fazê-lo, o editor de propaganda política deverá ter em devida consideração a liberdade de expressão e de informação e outros direitos fundamentais.
- (73) A fim de permitir que certas entidades 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 reconhecidos, 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 pouco claros, excessivos ou respeitantes a informações que não estejam na sua posse. Além disso, o prestador de serviços de propaganda política em causa deverá ser autorizado a cobrar uma taxa razoável em caso de incorrimento em custos significativos, tendo em conta os custos administrativos da prestação das informações.

(74) Os dados pessoais recolhidos diretamente junto dos indivíduos, ou indiretamente, como os dados observados ou 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 categorias especiais de dados pessoais nos termos dos Regulamentos (UE) 2016/679 e (UE) 2018/1725, 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 ou a uma mensagem. Tal tratamento de dados pessoais tem efeitos específicos e prejudiciais para os direitos e liberdades fundamentais das pessoas, tais como receber um tratamento justo e equitativo, não ser alvo de manipulação, receber informações objetivas, formar a sua opinião, tomar decisões políticas e exercer os seus direitos de voto. Além disso, esta situação tem um impacto negativo no processo democrático, dado que conduz à fragmentação do debate público sobre questões societárias importantes, um alcance seletivo e, em última análise, a manipulação do eleitorado. Aumenta igualmente o risco de propagação da manipulação da informação e da ingerência estrangeira. A propaganda política enganosa ou sub-reptícia constitui um risco, porquanto influencia os mecanismos basilares que possibilitam o funcionamento da nossa sociedade democrática. Deverão ser previstas restrições e condições adicionais em comparação com os estabelecidos nos Regulamentos (UE) 2016/679 e (UE) 2018/1725. Os requisitos estabelecidos no presente regulamento sobre a utilização de técnicas de direcionamento e distribuição de anúncios que impliquem o tratamento de dados pessoais no contexto da propaganda política deverão basear-se no artigo 16.º do TFUE.

(75) Em conformidade com o direito da União, os responsáveis pelo tratamento, conforme definidos no artigo 4.º, ponto 7, do Regulamento (UE) 2016/679, deverão assegurar que a tomada de decisões individuais não seja afetada por padrões obscuros que distorçam ou prejudiquem materialmente, quer no propósito quer de facto, a tomada de decisões autónoma e informada das pessoas, incluindo através do recurso a opções pré-validadas e outras técnicas tendenciosas e pouco transparentes que conduzam ou levem as pessoas a tomar determinadas decisões que, de outro modo, poderiam não ter tomado. A utilização sistemática de padrões obscuros, acordos de consentimento pouco claros, informações enganosas e a débil disponibilização de tempo para ler as condições são práticas comuns que dificultam o acesso a informações claras e o controlo por parte das pessoas no contexto do setor da publicidade em linha. As regras que impedem os padrões obscuros não deverão ser entendidas como impedimentos à interação direta dos responsáveis pelo tratamento com as pessoas. No entanto, os responsáveis pelo tratamento deverão igualmente abster-se de solicitar repetidamente a uma pessoa que faça uma escolha se essa escolha já tiver sido feita, de tornar a retirada do consentimento significativamente mais complicada do que a aceitação, de tornar certas escolhas mais difíceis ou demoradas do que outras ou de utilizar configurações por defeito que sejam muito difíceis de alterar e que viessem de forma não razoável a tomada de decisão das pessoas, de tal modo que distorça e prejudique a sua autonomia, a sua tomada de decisão e a sua escolha. O mecanismo mediante o qual as pessoas indicam a sua decisão deverá ser claro e fácil de utilizar e o destaque relativo dado às alternativas não deverá procurar influenciar a sua decisão. As informações prestadas às pessoas a este respeito deverão ser sucintas e redigidas em linguagem simples e inteligível, bem como disponibilizadas de forma facilmente acessível, bem visível e direta.

- (76) Os editores de propaganda política que sejam prestadores ou utilizadores de técnicas de distribuição de anúncios deverão ser incentivados a disponibilizar soluções que minimizem a possibilidade de discriminação na distribuição de anúncios de cariz político com base no tratamento de dados pessoais.
- (77) As técnicas de direcionamento e de distribuição de anúncios que impliquem a definição de perfis utilizando categorias especiais de dados pessoais referidas nos Regulamentos (UE) 2016/679 e (UE) 2018/1725 deverão ser proibidas no contexto da propaganda política em linha. Não deverá ser possível invocar as exceções previstas no artigo 9.º, n.º 2, do Regulamento (UE) 2016/679 e no artigo 10.º, n.º 2, do Regulamento (UE) 2018/1725 para a utilização dessas técnicas no contexto da propaganda política em linha. Só deverá ser permitida a utilização de técnicas de direcionamento e de distribuição de anúncios que envolvam o tratamento de dados pessoais, fora das categorias especiais de dados pessoais, no contexto da propaganda política em linha se tal utilização se basear em dados pessoais recolhidos junto dos titulares dos dados, com o seu consentimento explícito e fornecidos separadamente para efeitos de propaganda política. Reconhecendo o papel de partidos políticos, fundações, associações ou quaisquer outros organismos sem fins lucrativos na nossa democracia, tais restrições não deverão afetar a sua capacidade de comunicar com os respetivos membros e antigos membros e de divulgar informações, como boletins informativos, ligadas às suas atividades políticas, quando se baseiem exclusivamente em dados de assinaturas e em dados pessoais fornecidos pelos membros ou antigos membros. Os Regulamentos (UE) 2016/679 e (UE) 2018/1725 são aplicáveis ao tratamento de dados pessoais e o consentimento explícito deverá ser entendido como um consentimento na aceção desses regulamentos. As técnicas de direcionamento e as técnicas de distribuição de anúncios, quando utilizadas nas condições estabelecidas no presente regulamento, podem ser úteis para a divulgação de informações e propaganda políticas, bem como para chegar aos cidadãos e informá-los.

- (78) Os responsáveis pelo tratamento não deverão utilizar dados pessoais obtidos de terceiros para efeitos de direcionamento ou de distribuição de anúncios de propaganda política. No sentido de ajudar a prevenir o microdirecionamento manipulador, é essencial que os prestadores de serviços de propaganda política tomem medidas específicas para assegurar que os dados pessoais recolhidos e tratados para efeitos de direcionamento e distribuição de anúncios de propaganda política se limitem ao necessário para essa finalidade, por exemplo, restringindo a disponibilidade de opções de direcionamento e de distribuição de anúncios de propaganda política oferecidas aos destinatários dos serviços àquelas que exigem apenas a combinação de um máximo de cinco categorias.
- (79) O requisito de que o direcionamento ou a distribuição de anúncios de propaganda política não se baseie na definição de perfis que recorre a categorias especiais de dados pessoais abrange a definição de perfis que recorre a categorias especiais de dados pessoais avaliados a partir de dados pessoais que não são categorias especiais de dados pessoais em si mesmos. Tal poderá ser o caso, por exemplo, se um responsável pelo tratamento utilizar dados pessoais que não sejam categorias especiais de dados pessoais para classificar os titulares dos dados segundo determinadas crenças religiosas, filosóficas ou políticas, e independentemente de essa classificação ser verdadeira. A forma como a categoria é rotulada não deverá ser relevante se o tratamento de dados pessoais revelar uma categoria especial de dados pessoais. Se o utilizador de uma rede social em linha visitar uma determinada página ou utilizar uma aplicação ou outra função ou serviço em linha a que dizem respeito uma ou mais categorias a que se refere o artigo 9.º, n.º 1, do Regulamento (UE) 2016/679 e, consoante o caso, fornecer dados pessoais aquando do registo, da realização de uma encomenda em linha ou de outra forma de interação com a rede social, o tratamento de dados pessoais pelo operador dessa rede social em linha deverá ser considerado um «tratamento de categorias especiais de dados pessoais», na aceção do referido artigo, o qual é, em princípio, proibido, caso esse tratamento de dados permita revelar informações que se enquadrem numa dessas categorias, independentemente de tais informações dizerem respeito a um utilizador dessa rede social ou a qualquer outra pessoa singular. É o que se verifica quer o titular dos dados tenha ou não sido informado da intenção de utilização desses dados para efeitos de direcionamento ou de distribuição de anúncios de cariz político no momento em que foram recolhidos.

(80) O consentimento para o tratamento de dados pessoais é dado e retirado em conformidade com os Regulamentos (UE) 2016/679 e (UE) 2018/1725. Esse consentimento deverá ser dado mediante uma ação positiva clara ou uma declaração que estabeleça uma manifestação de livre vontade, específica, informada e inequívoca do consentimento do titular dos dados em relação ao tratamento de dados pessoais para fins de propaganda política. Ademais, para efeitos do presente regulamento, o consentimento deverá ser explícito e dado separadamente para fins de propaganda política. Para efeitos do presente regulamento, incluindo, designadamente, se o consentimento no tratamento de dados pessoais visando um direcionamento ou distribuição de anúncios de cariz político for obtido durante a prestação de um serviço em linha, o consentimento deverá ser obtido pelos responsáveis pelo tratamento mediante a apresentação de uma solução de fácil utilização ao titular dos dados para que dê, altere ou retire o consentimento de forma explícita, clara e simples. Os responsáveis pelo tratamento não deverão conceber, organizar e operar interfaces de uma forma que induza em erro ou manipule ou que distorça ou prejudique materialmente a capacidade do titular dos dados de dar o seu consentimento de livre vontade para esse fim específico. Para efeitos do presente regulamento, não pode dispensar-se a exigência de consentimento para o tratamento de dados pessoais estabelecendo que os dados pessoais em questão foram disponibilizados ao público em geral pelo titular dos dados. Deverá ser tão fácil retirar o consentimento no tratamento de dados pessoais que visem um direcionamento ou distribuição de propaganda política como dá-lo. Recusar dar consentimento ou retirar o consentimento não pode ser mais difícil ou moroso para o titular dos dados do que dar consentimento. Deverão ser respeitados os sinais eletrónicos que manifestem o desejo de uma pessoa de não receber propaganda política.

- (81) À luz do Acórdão do Tribunal de Justiça de 4 de julho de 2023 no processo C-252/21¹⁰, Meta Platforms e o. (Condições gerais de utilização de uma rede social), os titulares dos dados deverão ter a liberdade de, no contexto da propaganda política, recusar dar o seu consentimento para determinadas operações de tratamento de dados, sem serem obrigados a abster-se por completo de aceder a um serviço em linha. Tal como declarado pelo Tribunal de Justiça, deverá ser oferecida a esses utilizadores uma alternativa equivalente que não implique tais operações de tratamento de dados.
- (82) Os muito jovens constituem um grupo particularmente vulnerável que pode ser explorado através da utilização abusiva de técnicas de direcionamento e de distribuição de anúncios. Embora ainda não tenham direito de voto, estes jovens podem ser especificamente visados para manipular o debate. Por conseguinte, deverão ser proibidas as técnicas de direcionamento ou as técnicas de distribuição de anúncios que impliquem o tratamento dos dados pessoais de uma pessoa que se saiba, com um grau de certeza razoável, ter, no mínimo, menos um ano do que a idade de voto estabelecida pelas disposições nacionais no contexto da propaganda política.
- (83) A fim de assegurar uma maior transparência e responsabilização, ao utilizarem técnicas de direcionamento e técnicas de distribuição de anúncios no contexto da propaganda política em linha que envolva o tratamento de dados pessoais, os responsáveis pelo tratamento deverão aplicar requisitos de transparência adicionais. Esses requisitos deverão incluir, nomeadamente, a adoção de uma política que descreva a utilização dessas técnicas e dos principais parâmetros, a manutenção de registos da sua utilização, a realização de uma avaliação anual dos riscos da utilização dessas técnicas em matéria de direitos e liberdades fundamentais e a prestação, juntamente com uma indicação de que um anúncio é um anúncio político, das informações adicionais necessárias que permitam à pessoa em causa compreender a lógica subjacente.

¹⁰ Acórdão do Tribunal de Justiça de 4 de julho de 2023, Meta Platforms e o. (Condições gerais de utilização de uma rede social), C-252/21, ECLI:EU:C:2023:537.

- (84) Os requisitos de transparência e responsabilização deverão aplicar-se a todos os responsáveis pelo tratamento, independentemente de atuarem a título próprio, atuarem juntamente com o prestador de serviços de propaganda política, ou de serem a mesma entidade que o editor de propaganda política. Nos casos em que o responsável pelo tratamento seja diferente do editor de propaganda política, deverá transmitir ao editor de propaganda política a política interna e garantir que quaisquer outras informações necessárias para o cumprimento do presente regulamento sejam comunicadas ao editor de propaganda política em tempo útil e de forma exata.
- (85) Os prestadores de serviços de propaganda política deverão transmitir aos editores 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.
- (86) 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 aos titulares dos dados em causa para apoiar o exercício dos seus direitos ao abrigo do quadro jurídico da União em matéria de proteção de dados, nomeadamente o direito de corrigir os seus dados pessoais ou retirar o seu consentimento quando visados por um anúncio de cariz político. Essas 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 intuito de impedir que um indivíduo seja alvo de anúncios políticos, bem como impedir que o direcionamento seja feito com base em critérios específicos e por um ou vários responsáveis específicos pelo tratamento de dados.

- (87) As informações a fornecer em conformidade com todos os requisitos aplicáveis à utilização de técnicas de direcionamento e de técnicas de distribuição de anúncios 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, sendo acessível às pessoas com deficiência.
- (88) É adequado estabelecer regras para a transmissão de informações em matéria de direcionamento e de distribuição de anúncios para outras entidades interessadas. O regime aplicável deverá ser coerente com o regime de transmissão de informações relacionado com os requisitos de transparência.
- (89) Os prestadores de serviços de propaganda política estabelecidos num país terceiro, que ofereçam serviços na União, deverão designar um representante legal mandatado na União que esteja registado junto da autoridade competente designada por cada Estado-Membro, a fim de permitir uma supervisão eficaz do presente regulamento em relação a esses prestadores. O representante legal pode ser o representante designado com base no artigo 27.º do Regulamento (UE) 2016/679 ou o representante legal designado com base no artigo 13.º do Regulamento (UE) 2022/2065. Os Estados-Membros deverão manter um registo disponível ao público de todos os representantes legais registados no seu território nos termos do presente regulamento e a Comissão deverá criar e manter um portal disponível ao público com ligação aos sítios Web disponibilizados pelos Estados-Membros. Dada a importância desse requisito para a aplicação efetiva do presente regulamento em relação aos prestadores de serviços de propaganda política estabelecidos num país terceiro, bem como para manter condições de concorrência equitativas para todos os prestadores de serviços de propaganda política no mercado interno, na ausência de um representante legal designado, os Estados-Membros deverão tomar todas as medidas adequadas para assegurar o cumprimento do presente regulamento, nomeadamente suspendendo a publicação ou divulgação dos anúncios de cariz político pertinentes se o cumprimento não puder ser assegurado de outro modo.

- (90) Para efeitos de uma supervisão eficaz do presente regulamento, é necessário confiar às autoridades de supervisão a competência para controlar e fazer cumprir as regras pertinentes e garantir que dispõem dos meios necessários para desempenhar as suas funções ao abrigo do presente regulamento. Dependendo do sistema jurídico de cada Estado-Membro e em conformidade com o direito da União em vigor, incluindo os Regulamentos (UE) 2016/679 e (UE) 2022/2065, podem ser designadas diferentes autoridades judiciais ou administrativas nacionais para esse fim.
- (91) No que diz respeito à supervisão dos serviços de intermediação em linha ao abrigo do presente regulamento, os Estados-Membros deverão designar autoridades competentes para esse fim e assegurar que essa supervisão é coerente com a das autoridades competentes designadas nos termos do artigo 49.º do Regulamento (UE) 2022/2065. Os coordenadores dos serviços digitais, designados nos termos desse regulamento, 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, em cooperação transfronteiriça com outros coordenadores de serviços digitais, seguindo os mecanismos estabelecidos nesse regulamento. Na aplicação do presente regulamento, tal 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) 2022/2065. Na medida em que a Comissão tem competência exclusiva para supervisionar e fazer aplicar, por parte de plataformas em linha de muito grande dimensão e de motores de pesquisa em linha de muito grande dimensão na aceção do Regulamento (UE) 2022/2065, o cumprimento das obrigações estabelecidas nesse regulamento, a Comissão deverá avaliar o cumprimento por parte desses intervenientes das obrigações respeitantes ao repositório europeu de anúncios de cariz político em linha.

- (92) Para a supervisão dos aspetos do presente regulamento que não são da competência das autoridades de controlo nos termos dos Regulamentos (UE) 2016/679 e (UE) 2018/1725, os Estados-Membros deverão designar autoridades competentes para supervisionar e fazer cumprir as regras pertinentes. 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 imparciais, estruturalmente independentes da intervenção externa ou da pressão política e disponham de poderes adequados para, de forma eficaz, controlar e tomar as medidas necessárias para assegurar o cumprimento do presente regulamento, em especial dos requisitos de rotulagem e de transparência. Embora os Estados-Membros possam designar, nomeadamente, as autoridades ou entidades reguladoras nacionais nos termos do artigo 30.º da Diretiva 2010/13/UE do Parlamento Europeu e do Conselho¹¹, podem também designar outras autoridades, como autoridades eleitorais ou judiciárias.
- (93) A fim de apoiar as autoridades de controlo nas suas funções, a Comissão deverá solicitar ao Comité Europeu para a Proteção de Dados que emita orientações dirigidas às autoridades de controlo a que se refere o artigo 51.º do Regulamento (UE) 2016/679 sobre o tratamento de categorias especiais de dados pessoais visando um direcionamento ou distribuição de anúncios de cariz político, designadamente sobre as condições para obter o consentimento para efeitos de direcionamento ou distribuição de anúncios de cariz político e a cooperação entre essas autoridades e outras autoridades responsáveis pela aplicação e execução dos requisitos estabelecidos no presente regulamento.

¹¹ 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).

- (94) As autoridades de controlo independentes nos termos do Regulamento (UE) 2016/679 deverão ser apoiadas a fim de fazerem pleno uso dos poderes que lhes são conferidos por esse regulamento para a supervisão da proteção de dados pessoais prevista no presente regulamento, nomeadamente no âmbito do procedimento de cooperação, do procedimento de controlo da coerência e, em especial, do procedimento de urgência. O período anterior a eleições ou referendos é particularmente importante para as campanhas políticas, para influenciar a formação de opiniões políticas por parte dos cidadãos e levá-los a exercer os seus direitos de voto. É também especialmente sensível a infrações às regras aplicáveis, uma vez que, para serem eficazes, as medidas corretivas terão normalmente de estar em vigor antes do ato eleitoral. É por esta razão que as violações das regras aplicáveis ao tratamento de dados pessoais visando o direcionamento da propaganda política durante esse período são suscetíveis de ter efeitos negativos particularmente significativos nos direitos dos cidadãos, incluindo na sua liberdade de formar opiniões sem ingerência indevida e na liberdade de informação. No interesse de assegurar uma ação rápida para proteger os direitos e as liberdades das pessoas durante o período crítico que antecede a votação no decurso de uma eleição, as autoridades de proteção de dados deverão assegurar que conseguem agir de imediato para fazer respeitar os direitos dos titulares dos dados em causa. Para este fim, as autoridades de proteção de dados deverão utilizar o conjunto de instrumentos previstos no Regulamento (UE) 2016/679 com vista a cooperar e prestar-se assistência mútua, incluindo, se for caso disso, o procedimento de urgência previsto no artigo 66.º desse regulamento.
- (95) Embora as autoridades competentes responsáveis pela aplicação do presente regulamento não devam afastar-se das decisões tomadas pelas autoridades de controlo responsáveis pela aplicação do Regulamento (UE) 2016/679, a que se refere o artigo 51.º desse regulamento, as referidas autoridades competentes podem ter de avaliar se a propaganda política cumpre aquele regulamento para efeitos do presente regulamento. Nos termos do artigo 4.º, n.º 3, do TUE, as referidas autoridades competentes e autoridades de controlo cooperam lealmente entre si e respeitam os respetivos poderes e competências, a fim de garantir a coerência da aplicação de ambos os regulamentos.

- (96) 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) 2022/2065 ou as definidas no Regulamento (UE) 2016/679, essas regras deverão aplicar-se com as devidas adaptações às disposições pertinentes do presente regulamento.
- (97) A fim de apoiar a aplicação, a supervisão e a execução efetivas das disposições do presente regulamento, e sem prejuízo dos Regulamentos (UE) 2016/679, (UE) 2018/1725 e (UE) 2022/2065, é necessário determinar qual a autoridade competente responsável quando os serviços de propaganda política são prestados em mais do que um Estado-Membro, ou se o prestador de serviços de propaganda política exercer as suas atividades principais fora do Estado-Membro no qual estiver situado o seu estabelecimento principal ou estabelecido o seu representante designado. Se o prestador de serviços prestar serviços de propaganda política em mais do que um Estado-Membro, a autoridade ou autoridades competentes do Estado-Membro no qual se situa o estabelecimento principal do prestador de serviços de propaganda política deverão, em princípio, ser responsáveis pela aplicação, supervisão e execução efetivas das disposições do presente regulamento. Para determinar o local em que o prestador de serviços de propaganda política tem o seu estabelecimento principal, as autoridades competentes deverão considerar o local onde esse prestador tem os serviços centrais ou sede social em que são exercidas as principais funções financeiras e o controlo operacional.
- (98) No exercício dos seus poderes de controlo e de execução, as autoridades competentes de todos os Estados-Membros deverão cooperar e prestar-se assistência mútua, na medida do necessário. Se uma suspeita de infração ao presente regulamento envolver apenas a autoridade ou autoridades competentes em que o prestador de serviços de propaganda política não tem o seu estabelecimento principal, a autoridade ou autoridades competentes em causa deverão notificar a autoridade competente do estabelecimento principal, a qual deverá avaliar a questão em conformidade e, consoante o caso, tomar as medidas de investigação e de execução necessárias.

- (99) Para facilitar a aplicação e a execução efetivas do presente regulamento no caso de prestação transfronteiriça de serviços, se a investigação de uma alegada infração ao presente regulamento disser respeito à prestação de serviços de propaganda política num ou mais Estados-Membros em que o prestador não tenha o seu estabelecimento principal, deverá ser possível à autoridade competente do estabelecimento principal iniciar e conduzir uma investigação conjunta com a participação da autoridade ou autoridades competentes em causa.
- (100) As autoridades competentes para a supervisão do presente regulamento deverão cooperar entre si, tanto a nível da União como a nível nacional, utilizando da melhor forma as estruturas existentes, incluindo as redes de cooperação nacionais, a Rede Europeia de Cooperação para as Eleições referida na recomendação da Comissão, de 12 de setembro de 2018, sobre as redes de cooperação eleitoral, a transparência em linha, a proteção contra os incidentes de cibersegurança e as campanhas de desinformação no âmbito das eleições para o Parlamento Europeu, o Comité Europeu dos Serviços Digitais tal como criado ao abrigo do Regulamento (UE) 2022/2065 e o Grupo de Reguladores Europeus para os Serviços de Comunicação Social Audiovisual criado ao abrigo da Diretiva 2010/13/UE, conforme adequado. 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.

- (101) A fim de assegurar uma cooperação eficaz e estruturada entre todas as autoridades competentes sobre todos os aspetos do presente regulamento, os pontos de contacto nacionais designados pelos Estados-Membros deverão reunir-se periodicamente ao nível da União no âmbito da rede de pontos de contacto nacionais. A fim de reforçar a cooperação e o intercâmbio de informações e práticas ao nível da União, essa rede deverá trabalhar em estreita cooperação com a Rede Europeia de Cooperação para as Eleições, o Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual e outras redes ou organismos pertinentes.
- (102) Com vista a facilitar a aplicação efetiva das obrigações previstas no presente regulamento, é necessário habilitar as autoridades nacionais a solicitar aos prestadores de serviços de propaganda política as informações relevantes sobre a transparência dos anúncios de cariz político. 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 para tais pedidos. No interesse da supervisão atempada de um processo eleitoral, em particular, os prestadores de serviços de propaganda política deverão responder rapidamente aos pedidos das autoridades competentes, e dentro de um prazo determinado. No último mês anterior a uma eleição ou referendo, deverá considerar-se que a infração a essas obrigações afeta de forma negativa e grave os direitos das pessoas, pelo que os prestadores de serviços de propaganda política deverão fornecer as informações solicitadas num prazo determinado mais curto. Os prestadores de serviços de propaganda política considerados microempresas e pequenas empresas nos termos do artigo 3.º, n.ºs 1 e 2, da Diretiva 2013/34/UE deverão prestar as informações solicitadas sem demora injustificada e, sempre que possível, antes da data da eleição ou do referendo. 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.

Pode não ser exigida uma tal fundamentação se a divulgação dos motivos do pedido de informações comprometer claramente a prevenção, deteção, investigação e repressão de infrações penais ou de infrações administrativas graves. A gravidade de uma infração administrativa que justifique tal exceção deverá ser determinada não só tendo em conta o montante da coima ou sanção que pode ser imposta ao abrigo do presente regulamento, mas também as repercussões negativas que poderá ter numa eleição ou referendo, num processo legislativo ou regulamentar. 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. Resulta da jurisprudência constante do Tribunal de Justiça da União Europeia que a proteção das pessoas, tanto singulares como coletivas, contra intervenções arbitrárias ou desproporcionadas das autoridades públicas na esfera das atividades privadas dessas pessoas constitui um princípio geral do direito da União. Essa proteção pode ser invocada por uma pessoa como um direito garantido pelo direito da União, para efeitos do artigo 47.º, primeiro parágrafo, da Carta, a fim de impugnar judicialmente um ato que lhe seja prejudicial, como uma decisão que ordene a prestação de informações ou uma sanção imposta em razão do incumprimento dessa decisão.

- (103) Para efeitos do presente regulamento, os Estados-Membros deverão designar uma autoridade competente como ponto de contacto nacional 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 nacional 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 nacionais noutros Estados-Membros e com outras autoridades competentes no seu próprio Estado-Membro.

(104) As autoridades dos Estados-Membros deverão assegurar que as infrações por parte de patrocinadores ou prestadores de serviços de propaganda política às obrigações estabelecidas no presente regulamento são punidas com coimas ou sanções financeiras ou outras medidas, conforme adequado, incluindo sanções pecuniárias compulsórias. 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, se for caso disso, a dimensão e a capacidade económica do infrator. Além disso, as autoridades dos Estados-Membros deverão ter em conta se o patrocinador ou prestador de serviços em causa não cumpre, de forma sistemática ou recorrente, essas obrigações, 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 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, a necessidade de assegurar que o debate político permanece aberto e acessível. Certas obrigações desempenham um papel crucial para a prossecução eficaz dos objetivos do presente regulamento, devendo as infrações a essas obrigações ser consideradas especialmente graves.

- (105) Deverá ser possível às pessoas ou entidades apresentar queixas às autoridades competentes no sentido de as notificar de circunstâncias que possam constituir uma infração ao presente regulamento. Importa recordar que outros procedimentos administrativos previstos no direito da União também podem ser aplicáveis neste contexto. Por exemplo, os titulares dos dados têm o direito de apresentar reclamações às autoridades de controlo designadas nos termos do Regulamento (UE) 2016/679 por infrações relativas ao tratamento dos respetivos dados pessoais. Além disso, também é possível as pessoas ou entidades apresentarem queixa aos coordenadores dos serviços digitais designados ao abrigo do Regulamento (UE) 2022/2065 contra prestadores de serviços intermediários por alegadas infrações ao referido regulamento. Sem prejuízo desses procedimentos ou de quaisquer outros procedimentos administrativos ou vias de recurso judicial disponíveis, as autoridades competentes deverão dar resposta a essas reclamações, nomeadamente informando o queixoso do seguimento dado às mesmas. Quando uma autoridade competente for notificada de uma queixa que seja da competência de uma autoridade competente de outro Estado-Membro, deverá transmitir a queixa a essa autoridade competente sem demora injustificada.
- (106) 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 recursos judiciais efetivos e um processo equitativo.
- (107) A fim de apoiar o seu cumprimento do presente regulamento, deverão ser fornecidas em tempo útil aos prestadores de serviços e outras entidades interessadas informações facilmente acessíveis sobre as datas das eleições e referendos. Por conseguinte, os Estados-Membros deverão publicar as datas das suas eleições e referendos e, se for caso disso, as datas dos seus períodos eleitorais. Tais informações deverão ser facilmente acessíveis e fornecidas em tempo útil. Os Estados-Membros deverão igualmente fornecer ao público essas mesmas informações num portal disponibilizado pela Comissão, imediatamente após terem sido anunciadas essas datas.

- (108) Com o objetivo de apoiar a aplicação efetiva do presente regulamento pelas autoridades nacionais competentes, a Comissão é incentivada a, se necessário, elaborar orientações para a identificação da propaganda política e a aplicação de sanções.
- (109) A fim de cumprir os objetivos do presente regulamento, o poder de adotar atos nos termos do artigo 290.º do TFUE deverá ser delegado à Comissão no que diz respeito às informações a serem incluídas no aviso de transparência e no que diz respeito às informações sobre o recurso a técnicas de direcionamento e a técnicas de distribuição de anúncios. É particularmente importante que a Comissão proceda às consultas adequadas durante os trabalhos preparatórios, inclusive ao nível de peritos, e que essas consultas sejam conduzidas de acordo com os princípios estabelecidos no Acordo Interinstitucional, de 13 de abril de 2016, sobre legislar melhor¹². 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 tratem da preparação dos atos delegados.
- (110) A fim de assegurar condições uniformes de aplicação do presente regulamento, deverão ser atribuídas competências de execução à Comissão, conforme a seguir especificado. Essas competências deverão ser exercidas nos termos do Regulamento (UE) n.º 182/2011 do Parlamento Europeu e do Conselho¹³.

¹² JO L 123 de 12.5.2016, p. 1.

¹³ Regulamento (UE) n.º 182/2011 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 16 de fevereiro de 2011, que estabelece as regras e os princípios gerais relativos aos mecanismos de controlo pelos Estados-Membros do exercício das competências de execução pela Comissão (JO L 55 de 28.2.2011, p. 13).

- (111) 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.
- (112) 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 de técnicas de direcionamento e técnicas de distribuição de anúncios no contexto da publicação e difusão de propaganda política, não podem ser suficientemente alcançados pelos Estados-Membros, mas podem ser mais bem alcançados ao nível da União, a União pode tomar medidas, 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.

(113) O presente regulamento aplica-se sem prejuízo das regras estabelecidas pelas Diretivas 2000/31/CE¹⁴, 2002/58/CE¹⁵, 2005/29/CE¹⁶, 2006/114/CE¹⁷, 2006/123/CE¹⁸, 2010/13/UE e 2011/83/UE¹⁹ e pelo Regulamento (UE) 2019/1150 do Parlamento Europeu e do Conselho²⁰, bem como pelo Regulamento (UE) 2022/2065, incluindo as regras em matéria de responsabilidade dos prestadores intermediários de serviços estabelecidas nos artigos 4.º, 5.º, 6.º e 8.º desse regulamento. O presente regulamento deverá complementar o acervo da União em matéria de proteção de dados, em particular os Regulamentos (UE) 2016/679 e (UE) 2018/1725 e a Diretiva 2002/58/CE.

¹⁴ Diretiva 2000/31/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 8 de junho de 2000, relativa a certos aspetos legais dos serviços da sociedade de informação, em especial do comércio eletrónico, no mercado interno («Diretiva sobre o comércio eletrónico») (JO L 178 de 17.7.2000, p. 1).

¹⁵ Diretiva 2002/58/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de julho de 2002, relativa ao tratamento de dados pessoais e à proteção da privacidade no setor das comunicações eletrónicas (Diretiva relativa à privacidade e às comunicações eletrónicas) (JO L 201 de 31.7.2002, p. 37).

¹⁶ Diretiva 2005/29/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 11 de maio de 2005, relativa às práticas comerciais desleais das empresas face aos consumidores no mercado interno e que altera a Diretiva 84/450/CEE do Conselho, as Diretivas 97/7/CE, 98/27/CE e 2002/65/CE do Parlamento Europeu e do Conselho e o Regulamento (CE) n.º 2006/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho («Diretiva relativa às práticas comerciais desleais») (JO L 149 de 11.6.2005, p. 22).

¹⁷ Diretiva 2006/114/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de dezembro de 2006, relativa à publicidade enganosa e comparativa (JO L 376 de 27.12.2006, p. 21).

¹⁸ Diretiva 2006/123/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de dezembro de 2006, relativa aos serviços no mercado interno (JO L 376 de 27.12.2006, p. 36).

¹⁹ Diretiva 2011/83/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 25 de outubro de 2011, relativa aos direitos dos consumidores, que altera a Diretiva 93/13/CEE do Conselho e a Diretiva 1999/44/CE do Parlamento Europeu e do Conselho e que revoga a Diretiva 85/577/CEE do Conselho e a Diretiva 97/7/CE do Parlamento Europeu e do Conselho (JO L 304 de 22.11.2011, p. 64).

²⁰ Regulamento (UE) 2019/1150 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 20 de junho de 2019, relativo à promoção da equidade e da transparência para os utilizadores profissionais de serviços de intermediação em linha (JO L 186 de 11.7.2019, p. 57).

(114) 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 20 de janeiro de 2022²¹,

ADOTARAM O PRESENTE REGULAMENTO:

²¹ JO C 145 de 1.4.2022, p. 12.

Capítulo I

Disposições gerais

Artigo 1.º

Objeto e objetivos

1. O presente regulamento estabelece:
 - a) Regras harmonizadas, nomeadamente obrigações de transparência e obrigações conexas referentes ao dever de diligência, para a prestação de serviços de propaganda política e serviços conexos e, se aplicável, para patrocinadores, sobre a recolha, conservação, divulgação e publicação de informações relacionadas com a prestação desses serviços no mercado interno;
 - b) Regras harmonizadas sobre a utilização de técnicas de direcionamento e de técnicas de distribuição de anúncios que envolvam o tratamento de dados pessoais no contexto da prestação de serviços de propaganda política em linha;
 - c) Regras sobre a supervisão e execução do presente regulamento, nomeadamente no que diz respeito à cooperação e coordenação entre as autoridades competentes.
2. As opiniões políticas e outros conteúdos editoriais, independentemente do meio através do qual são expressos, que estejam sujeitos a responsabilidade editorial não são considerados propaganda política, a menos que um pagamento específico ou outra remuneração pela sua preparação, colocação, promoção, publicação, distribuição ou divulgação por terceiros seja previsto ou decorra das mesmas.

3. As opiniões políticas expressas a título pessoal não são consideradas propaganda política.
4. 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 os direitos e liberdades fundamentais consagrados na Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia, em especial o direito à privacidade e a proteção dos dados pessoais.

Artigo 2.º

Âmbito de aplicação

1. O presente regulamento é aplicável à propaganda política quando os anúncios de cariz político forem divulgados na União, forem tornados do domínio público num ou vários Estados-Membros ou forem dirigidos a cidadãos da União, independentemente do local de estabelecimento do prestador de serviços de propaganda política ou do local de residência ou estabelecimento do patrocinador, bem como dos meios utilizados.
2. O presente regulamento não afeta o conteúdo dos anúncios de cariz político nem as regras da União ou nacionais que regulem aspetos relacionados com propaganda política que não os abrangidos pelo presente regulamento, designadamente as regras sobre a organização, o financiamento e a realização de campanhas políticas, as regras sobre proibições gerais ou limitações da propaganda política durante períodos específicos e, se for caso disso, as regras relativas aos períodos eleitorais.

3. O presente regulamento aplica-se sem prejuízo das regras estabelecidas pelos seguintes atos legislativos:
- a) Diretiva 2000/31/CE;
 - b) Diretiva 2002/58/CE;
 - c) Diretiva 2005/29/CE;
 - d) Diretiva 2006/114/CE;
 - e) Diretiva 2006/123/CE;
 - f) Diretiva 2010/13/UE;
 - g) Diretiva 2011/83/UE;
 - h) Regulamento (UE) 2019/1150;
 - i) Regulamento (UE) 2022/2065.

Artigo 3.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, distribuição ou difusão, por qualquer meio, de uma mensagem, normalmente mediante remuneração ou por meio de atividades internas ou no âmbito de uma campanha de propaganda política:
 - 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, um comportamento eleitoral ou um processo legislativo ou regulamentar, a nível da União, nacional, regional ou local, e seja concebida com esse fim;

e não inclui:

- i) as mensagens de fontes oficiais dos Estados-Membros ou da União que se limitem estritamente à organização e às modalidades quer de participação em eleições ou referendos, incluindo o anúncio de candidaturas e as perguntas postas a referendo, quer de promoção da participação em eleições ou referendos,

- ii) a comunicação pública que vise prestar informações oficiais ao público, feita por, por conta de, ou em nome de qualquer autoridade pública de um Estado-Membro ou por, por conta de, ou em nome da União, inclusive por, por conta de, ou em nome de membros do Governo de um Estado-Membro, desde que não seja suscetível nem concebida com o fim de influenciar o resultado de uma eleição ou referendo, um comportamento eleitoral ou um processo legislativo ou regulamentar, e
 - iii) a apresentação de candidatos em espaços públicos determinados ou nos meios de comunicação social explicitamente previstos na lei e atribuídos gratuitamente, assegurando ao mesmo tempo a igualdade de tratamento dos candidatos;
- 3) «Anúncio de cariz político», uma forma de propaganda política publicada, distribuída ou divulgada por qualquer meio;
- 4) «Interveniente político», qualquer dos seguintes:
- a) Um «partido político», na aceção do artigo 2.º, ponto 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, ponto 2, do Regulamento (UE, Euratom) n.º 1141/2014;
 - c) Um «partido político europeu», na aceção do artigo 2.º, ponto 3, do Regulamento (UE, Euratom) n.º 1141/2014;

- d) Um candidato a qualquer mandato eleito a nível da União, nacional, regional, e local, ou a qualquer cargo de liderança de um partido político, ou um titular de um desses mandatos ou cargos;
 - e) Um membro de instituições da União, com exceção do Tribunal de Justiça da União Europeia, do Banco Central Europeu e do Tribunal de Contas, ou do governo de um Estado-Membro a nível nacional, regional ou local;
 - f) Uma organização encarregue de uma campanha política com ou sem personalidade jurídica, criada unicamente com a finalidade de influenciar o resultado numa eleição ou referendo;
 - g) Qualquer pessoa singular ou coletiva que represente ou atue em nome de qualquer das pessoas ou organizações referidas nas alíneas a) a f), e que promova os objetivos políticos de qualquer uma dessas pessoas ou organizações;
- 5) «Serviço de propaganda política», um serviço que consiste em propaganda política, que é prestado sem remuneração, para a preparação, colocação, promoção, publicação, distribuição ou divulgação da mensagem específica, com exceção de um «serviço intermediário» em linha, na aceção do artigo 3.º, alínea g), do Regulamento (UE) 2022/2065;
- 6) «Prestador de serviços de propaganda política», uma pessoa singular ou coletiva que participa na prestação de serviços de propaganda política, com exceção de serviços puramente complementares;
- 7) «Campanha de propaganda política», a preparação, colocação, promoção, publicação, distribuição ou divulgação de uma série de anúncios de cariz político conexos no âmbito de um contrato de propaganda política, com base numa preparação, patrocínio ou financiamento comuns;

- 8) «Plataforma em linha de muito grande dimensão», uma plataforma em linha designada como plataforma em linha de muito grande dimensão nos termos do artigo 33.º, n.º 4, do Regulamento (UE) 2022/2065;
- 9) «Motor de pesquisa em linha de muito grande dimensão», um motor de pesquisa em linha designado como motor de pesquisa em linha de muito grande dimensão nos termos do artigo 33.º, n.º 4, do Regulamento (UE) 2022/2065;
- 10) «Patrocinador», a pessoa singular ou coletiva a pedido da qual ou em cujo nome um anúncio de cariz político é preparado, colocado, promovido, publicado, distribuído ou divulgado;
- 11) «Técnicas de direcionamento», técnicas utilizadas para dirigir um anúncio de cariz político apenas a uma pessoa ou a um grupo de pessoas específicos ou para excluir essa pessoa ou grupo de pessoas, com base no tratamento de dados pessoais;
- 12) «Técnicas de distribuição de anúncios», técnicas de otimização que são utilizadas para aumentar a circulação, o alcance ou a visibilidade de um anúncio de cariz político com base no tratamento automatizado de dados pessoais e que podem servir para distribuir o anúncio de cariz político apenas a uma pessoa ou grupo de pessoas específicos;
- 13) «Editor de propaganda política», um prestador de serviços de propaganda política que publica, distribui ou divulga propaganda política através de qualquer meio;
- 14) «Responsável pelo tratamento», um responsável pelo tratamento na aceção do artigo 4.º, ponto 7, do Regulamento (UE) 2016/679 ou, se aplicável, do artigo 3.º, ponto 8, do Regulamento (UE) 2018/1725.

Artigo 4.º

Princípio do mercado interno

1. Os Estados-Membros não podem manter ou introduzir, por motivos relacionados com a transparência da propaganda política, disposições ou medidas divergentes das estabelecidas no presente regulamento.
2. A prestação de serviços de propaganda política não pode ser proibida nem limitada, inclusive geograficamente, por motivos relacionados com a transparência, sempre que sejam cumpridos os requisitos do presente regulamento.

Artigo 5.º

Prestação de serviços de propaganda política na União

1. Os prestadores de serviços de propaganda política não podem subordinar a prestação dos seus serviços a restrições discriminatórias baseadas unicamente no local de residência ou de estabelecimento do patrocinador.

Os prestadores de serviços de propaganda política não podem restringir a prestação dos seus serviços a um «partido político europeu», na aceção do artigo 2.º, ponto 3, do Regulamento (UE, Euratom) n.º 1141/2014, ou a um grupo político do Parlamento Europeu unicamente com base no seu local de estabelecimento.

2. Sem prejuízo de regras nacionais mais rigorosas, nos últimos três meses que precedem uma eleição ou referendo organizados a nível da União ou a nível nacional, regional ou local num Estado-Membro, os serviços de propaganda política relacionados com essa eleição ou referendo só podem ser prestados a um patrocinador, ou a um prestador de serviços que atue em nome de um patrocinador, que declare que é:
- a) Um cidadão da União; ou
 - b) Um nacional de um país terceiro que reside permanentemente na União e que tem o direito de votar nessa eleição ou referendo, em conformidade com a legislação nacional do Estado-Membro de residência; ou
 - c) Uma pessoa coletiva estabelecida na União que não seja, em última instância, detida ou controlada por um nacional de um país terceiro, com exceção dos nacionais de países terceiros a que se refere a alínea b), ou por uma pessoa coletiva estabelecida num país terceiro.

Capítulo II

Obrigações de transparência e referentes ao dever de diligência aplicáveis aos serviços de propaganda política

Artigo 6.º

Obrigações de transparência e referentes ao dever de diligência aplicáveis aos serviços de propaganda política

1. Os serviços de propaganda política são prestados de forma transparente, em conformidade com as obrigações estabelecidas no presente artigo, nos artigos 7.º a 17.º e no artigo 21.º.
2. Os prestadores de serviços de propaganda política asseguram que as disposições contratuais celebradas para a prestação de um serviço de propaganda política permitam o cumprimento das disposições pertinentes do presente regulamento, nomeadamente as relativas à atribuição da responsabilidade e as relativas à completude e exatidão da informação.

Artigo 7.º

Identificação de serviços de propaganda política

1. Os prestadores de serviços de publicidade solicitam aos patrocinadores, e aos prestadores de serviços de publicidade que atuem em nome dos patrocinadores, que declarem se o serviço de publicidade cuja prestação solicitaram ao prestador de serviços constitui um serviço de propaganda política na aceção do artigo 3.º, ponto 5, e se os próprios satisfazem qualquer um dos requisitos nos termos do artigo 5.º, n.º 2. Os patrocinadores e os prestadores de serviços de publicidade que atuem em nome dos patrocinadores apresentam tal declaração com veracidade e são responsáveis pela sua exatidão.

2. Os prestadores de serviços de propaganda política asseguram que as disposições contratuais acordadas para a prestação de um serviço de propaganda política exijam que os patrocinadores, ou os prestadores de serviços de publicidade que atuem em nome dos patrocinadores, apresentem a declaração nos termos do n.º 1 do presente artigo e as informações relevantes necessárias ao cumprimento do disposto no artigo 9.º, n.º 1, no artigo 11.º, n.º 1, e no artigo 12.º, n.º 1. Essas informações devem ser transmitidas de forma completa e exata e sem demora injustificada.
3. Os patrocinadores disponibilizam as informações necessárias para que os prestadores de serviços de propaganda política cumpram o disposto no artigo 9.º, n.º 1, alíneas a), d), e) e f), no artigo 11.º, n.º 1, alíneas a) a d), e no artigo 12.º, n.º 1, alíneas a), b), c), e), h) e k), antes ou durante o período de publicação, distribuição ou divulgação do anúncio de cariz político, e asseguram a exatidão dessas informações.

Sempre que um patrocinador, ou um prestador de serviços de publicidade que atue em nome de um patrocinador, tenha conhecimento de que as informações que transmitiu sofreram alterações, assegura que essas informações atualizadas sejam transmitidas ao prestador de serviços de propaganda política pertinente em tempo útil e de forma completa e exata.

Sempre que um patrocinador, ou um prestador de serviços de publicidade que atue em nome de um patrocinador, tenha conhecimento de que quaisquer informações transmitidas ao editor de propaganda política ou por ele publicadas estão incompletas ou são inexatas, contacta, sem demora injustificada, o editor de propaganda política em causa e transmite-lhe informações completas ou corrigidas.

4. Os prestadores de serviços de propaganda política devem solicitar aos patrocinadores, ou aos prestadores de serviços de publicidade que atuem em nome dos patrocinadores, que tenham apresentado uma declaração ou informações em conformidade com o presente artigo que estejam manifestamente erradas, que corrijam a declaração ou a informação em causa. Os patrocinadores, ou os prestadores de serviços de publicidade que atuem em nome dos patrocinadores, procedem a essa correção de forma completa e exata e sem demora injustificada.
5. Os prestadores de serviços de propaganda política que utilizem uma interface em linha asseguram que essa interface em linha esteja concebida e organizada de modo que facilite o cumprimento por parte dos patrocinadores, e dos prestadores de serviços de publicidade que atuem em nome dos patrocinadores, das suas obrigações referidas no n.º 1 do presente artigo e no artigo 9.º, n.º 1.

Artigo 8.º

Identificação de um anúncio de cariz político

1. Para determinar se uma mensagem constitui um anúncio de cariz político na aceção do artigo 3.º, ponto 2, alínea b), devem ser tidas em conta todas as suas características, nomeadamente:
 - a) O conteúdo da mensagem;
 - b) O patrocinador da mensagem;
 - c) A linguagem utilizada para transmitir a mensagem;
 - d) O contexto em que a mensagem é transmitida, incluindo o período de divulgação;
 - e) Os meios através dos quais a mensagem é preparada, colocada, promovida, publicada, distribuída ou divulgada;
 - f) O público-alvo;
 - g) O objetivo da mensagem.

2. A Comissão elabora orientações comuns destinadas a contribuir para a correta aplicação do presente artigo.

Artigo 9.º

Conservação de registos

1. Os prestadores de serviços de propaganda política conservam, na medida do necessário para cumprir o disposto no presente regulamento, as informações recolhidas no âmbito da prestação dos seus serviços sobre:
 - a) O anúncio de cariz político ou a campanha de propaganda política a que o serviço ou serviços estão ligados;
 - b) O serviço ou serviços específicos que prestaram no âmbito da propaganda política;
 - c) Os montantes faturados pelo serviço ou serviços que prestaram e o valor de outros benefícios recebidos, parcial ou totalmente, em troca do serviço ou serviços prestados;
 - d) Informações sobre a origem pública ou privada dos montantes e outros benefícios a que se refere a alínea c), bem como sobre a sua proveniência de dentro ou de fora da União;
 - e) A identidade e os dados de contacto do patrocinador do anúncio de cariz político e, se for o caso, da entidade que, em última instância, controla o patrocinador, e, no caso das pessoas coletivas, o respetivo local de estabelecimento; e
 - f) Se for caso disso, uma indicação da eleição, do referendo ou do processo legislativo ou regulamentar ao qual o anúncio de cariz político está associado.

2. Os prestadores de serviços de propaganda política envidam esforços razoáveis para garantir que as informações conservadas nos termos do n.º 1 estão completas e são exatas.
3. As informações referidas no n.º 1 são apresentadas por escrito ou em formato eletrónico. Essas informações são conservadas num formato legível por máquina durante um período de sete anos a contar da data da última preparação, colocação, promoção, publicação, distribuição ou divulgação, consoante o caso.
4. O presente artigo não se aplica às microempresas que se enquadram na aceção do artigo 3.º, n.º 1, da Diretiva 2013/34/UE, se a prestação de serviços de propaganda for puramente marginal e complementar às suas atividades principais.

Artigo 10.º

Transmissão de informações ao editor de propaganda política

1. Os prestadores de serviços de propaganda política asseguram que as informações referidas no artigo 9.º, n.º 1, são transmitidas em tempo útil e de forma completa e exata aos editores de propaganda política, a fim de permitir que estes cumpram as obrigações que lhes incumbem por força do presente regulamento.

Cada prestador de serviços de propaganda política transmite as informações a que se refere o n.º 1 durante a prestação do serviço em questão, em conformidade com as boas práticas e as normas do setor e, sempre que tal seja tecnicamente possível, através de um processo automatizado normalizado.

Nos casos em que o editor de propaganda política seja o único prestador de serviços de propaganda política, o patrocinador transmite-lhe as informações pertinentes.

2. Sempre que um prestador de serviços de propaganda política tenha conhecimento de que as informações que transmitiu sofreram alterações, assegura que essas informações atualizadas sejam transmitidas ao editor de propaganda política em questão.

Artigo 11.º

Requisitos de rotulagem e de transparência para cada anúncio de cariz político

1. Os editores de propaganda política asseguram que cada anúncio de cariz político é disponibilizado juntamente com as seguintes informações, de forma clara, evidente e inequívoca:
 - a) Uma declaração de que se trata de um anúncio de cariz político;
 - b) A identidade do patrocinador do anúncio de cariz político e, se for caso disso, da entidade que, em última instância, controla o patrocinador;
 - c) Se for caso disso, a eleição, o referendo ou o processo legislativo ou regulamentar ao qual o anúncio de cariz político está associado;
 - d) Se for o caso, uma declaração de que o anúncio de cariz político foi objeto de técnicas de direcionamento ou de distribuição de anúncios;
 - e) Um aviso de transparência que contenha as informações referidas no artigo 12.º, n.º 1, ou uma indicação clara do local onde pode ser fácil e diretamente recuperado.
2. Os editores de propaganda política asseguram que as informações referidas no n.º 1 estão completas. Os editores de propaganda política asseguram a exatidão das informações sobre o local onde pode ser recuperado o aviso de transparência a que se refere o n.º 1, alínea e).

3. As informações referidas no n.º 1 são disponibilizadas sob a forma de rótulos adaptados ao suporte utilizado.

Esses rótulos devem ser bem visíveis, devem permitir que as pessoas identifiquem facilmente um anúncio de cariz político como tal, e devem assim permanecer no caso de o anúncio de cariz político ser objeto de mais ampla difusão.

4. Até ... [15 meses a contar da data de entrada em vigor do presente regulamento], a Comissão adota atos de execução que estabelecem o formato e o modelo dos rótulos a que se refere o n.º 3. Esses atos de execução asseguram que os rótulos sejam adaptados ao suporte utilizado, nomeadamente no que respeita aos meios de comunicação audiovisuais e impressos, bem como à propaganda em linha e fora de linha, tendo em conta as características específicas do suporte em questão, bem como a mais recente evolução tecnológica e do mercado, a investigação científica pertinente e as melhores práticas.

Os referidos atos de execução são adotados pelo procedimento de exame a que se refere o artigo 29.º, n.º 2.

5. Os Estados-Membros, incluindo as autoridades competentes, e a Comissão incentivam a elaboração de códigos de conduta voluntários 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 que se enquadram na aceção do artigo 3.º, n.ºs 1, 2 e 3, da Diretiva 2013/34/UE.

Artigo 12.º

Avisos de transparência

1. Os editores de propaganda política asseguram que o aviso de transparência a que se refere o artigo 11.º, n.º 1, alínea e), inclui as seguintes informações:
 - a) A identidade do patrocinador e, se for caso disso, da entidade que, em última instância, controla o patrocinador, incluindo o nome, o endereço eletrónico e, se for de conhecimento público, o endereço postal e, caso o promotor não seja uma pessoa singular, o endereço do seu local de estabelecimento;
 - b) As informações exigidas nos termos da alínea a) sobre a pessoa singular ou coletiva que presta uma remuneração em troca do anúncio de cariz político, se essa pessoa for diferente do patrocinador ou da entidade que, em última instância, controla o patrocinador;
 - c) O período durante o qual o anúncio de cariz político se destina a ser publicado, distribuído ou divulgado;
 - d) Os montantes agregados e o valor agregado de outros benefícios recebidos pelos prestadores de serviços de propaganda política, incluindo os que tenham sido recebidos pelo editor, parcial ou totalmente, em troca dos serviços de propaganda política e, se for caso disso, da campanha de propaganda política;

- e) Informações sobre a origem pública ou privada dos montantes e outros benefícios a que se refere a alínea d), bem como sobre a sua proveniência de dentro ou de fora da União;
- f) A metodologia utilizada para o cálculo dos montantes e valores a que se refere a alínea d);
- g) Se for caso disso, uma indicação das eleições, referendos ou processos legislativos ou regulamentares aos quais o anúncio de cariz político está associado;
- h) Se o anúncio de cariz político estiver associado a eleições ou referendos específicos, as hiperligações para informações oficiais sobre as modalidades de participação nas eleições ou no referendo em causa;
- i) Se aplicável, hiperligações para o repositório europeu de anúncios de cariz político em linha a que se refere o artigo 13.º;
- j) Informações sobre os mecanismos referidos no artigo 15.º, n.º 1;
- k) Se aplicável, informações sobre se uma anterior publicação do anúncio de cariz político ou de uma sua versão anterior foi suspensa ou descontinuada por infração ao presente regulamento;
- l) Se for o caso, uma declaração de que o anúncio de cariz político foi objeto de técnicas de direcionamento ou de distribuição de anúncios baseadas na utilização de dados pessoais, incluindo as informações especificadas no artigo 19.º, n.º 1, alíneas c) e e);
- m) Quando aplicável e tecnicamente possível, o alcance do anúncio de cariz político em termos de número de visualizações e de interações com o anúncio de cariz político.

2. Os editores de propaganda política asseguram que as informações referidas no n.º 1 estão completas.

Os editores de propaganda política asseguram a exatidão das informações referidas no n.º 1, alíneas d), f), i), j) e m), antes e durante o período de publicação, distribuição ou divulgação do anúncio de cariz político.

Sempre que o prestador de serviços de propaganda política tenha conhecimento de que quaisquer informações transmitidas ao editor de propaganda política ou por ele publicadas estão incompletas ou são inexatas, contacta, sem demora injustificada, o editor de propaganda política em causa e transmite-lhe informações completas ou corrigidas.

Sempre que o editor de propaganda política tenha conhecimento, por qualquer meio, de que as informações referidas no artigo 11.º, n.º 1, e no n.º 1 do presente artigo estão incompletas ou são inexatas, envida todos os esforços para completar ou corrigir as informações, sem demora injustificada, nomeadamente contactando o patrocinador ou os prestadores de serviços de propaganda política.

Se não for possível completar ou corrigir as informações sem demora injustificada, o editor de propaganda política não disponibiliza o anúncio de cariz político ou suspende, sem demora injustificada, a publicação, distribuição ou divulgação do anúncio de cariz político.

O editor de propaganda política informa, sem demora injustificada, os patrocinadores ou os prestadores de serviços de propaganda política em causa sobre quaisquer decisões tomadas ao abrigo do quinto parágrafo do presente número.

3. Os avisos de transparência devem ser incluídos em cada anúncio de cariz político, ou ser facilmente acessíveis em qualquer momento durante o período de publicação do anúncio de cariz político.

Os avisos de transparência devem ser mantidos atualizados durante todo o período de publicação do anúncio de cariz político, ser apresentados num formato facilmente acessível e estar disponíveis, pelo menos quando o anúncio de cariz político for disponibilizado eletronicamente, num formato legível por máquina. Devem ser redigidos na língua do anúncio de cariz político. Os editores de propaganda política que prestam serviços na União asseguram que os avisos de transparência cumpram os requisitos de acessibilidade aplicáveis, inclusive, quando tal seja tecnicamente possível, disponibilizando as informações através de mais do que um canal sensorial.

Os avisos de transparência devem estar claramente visíveis e ser de fácil utilização, inclusive através da utilização de linguagem simples.

4. Os editores de propaganda política conservam os seus avisos de transparência, juntamente com quaisquer alterações, por um período de sete anos após a última publicação dos anúncios de cariz político em causa.
5. O n.º 4 do presente artigo não se aplica às microempresas que se enquadram na aceção do artigo 3.º, n.º 1, da Diretiva 2013/34/UE, desde que a prestação de serviços de propaganda seja puramente marginal e complementar às suas atividades principais.

6. A Comissão fica habilitada a adotar atos delegados nos termos do artigo 28.º para alterar o presente regulamento, acrescentando alíneas à lista de alíneas constante do n.º 1 do presente artigo, e modificando o n.º 1, alínea f), do presente artigo, sempre que, à luz da evolução tecnológica, das práticas de mercado, da investigação científica pertinente, da evolução da supervisão pelas autoridades competentes e das orientações relevantes emitidas pelos organismos competentes, tal alteração seja necessária para o contexto mais vasto do anúncio de cariz político e para que os seus objetivos sejam compreendidos.
7. Até ... [15 meses a contar da data de entrada em vigor do presente regulamento], a Comissão adota atos de execução para estabelecer o formato do aviso de transparência e definir as respetivas especificações técnicas, a fim de assegurar a sua adaptação ao suporte utilizado, nomeadamente no que respeita aos meios de comunicação audiovisuais e impressos, bem como à propaganda em linha e fora de linha, tendo em conta a mais recente evolução tecnológica e do mercado, a investigação científica pertinente e as melhores práticas, bem como as necessidades específicas das micro, pequenas e médias empresas que se enquadram na aceção do artigo 3.º, n.ºs 1, 2 e 3, da Diretiva 2013/34/UE.

Os referidos atos de execução são adotados pelo procedimento de exame a que se refere o artigo 29.º, n.º 2.

Artigo 13.º

Repositório europeu de anúncios de cariz político em linha

1. A Comissão estabelece e assegura, diretamente ou confiando esta responsabilidade a uma autoridade de gestão, a gestão de um repositório europeu de anúncios de cariz político em linha («repositório europeu»), que consiste num repositório público de todos os anúncios de cariz político em linha publicados na União ou dirigidos a cidadãos ou residentes da União. O repositório deve incluir:
 - a) Uma funcionalidade que permita o acesso do público a anúncios de cariz político em linha, juntamente com as informações prestadas pelos editores de propaganda política referidas no artigo 12.º, n.º 1, relativamente a cada anúncio de cariz político em linha, a partir do momento da sua primeira publicação; as informações devem ser disponibilizadas num formato legível por máquina, permitir consultas com múltiplos critérios e estar acessíveis ao público através de um portal único;
 - b) Um serviço de alojamento virtual que assegure a disponibilidade de propaganda política em linha e das informações conjuntamente publicadas a que se refere o artigo 12.º, n.º 1, durante todo o período em que o anúncio de cariz político seja apresentado e durante sete anos após o anúncio de cariz político ter sido apresentado pela última vez; esse serviço de alojamento e o acesso às informações nele alojadas devem respeitar e não devem prejudicar quaisquer requisitos legais de remoção do anúncio de cariz político e das informações conjuntamente publicadas; esse serviço de alojamento deve ser gratuito para os editores de propaganda política que transmitam um anúncio de cariz político em linha ao repositório europeu.

2. Os editores de propaganda política que sejam plataformas em linha de muito grande dimensão e motores de pesquisa em linha de muito grande dimensão asseguram que cada anúncio de cariz político, juntamente com as informações referidas no artigo 12.º, n.º 1, do presente regulamento é disponibilizado num repositório, como referido no artigo 39.º do Regulamento (UE) 2022/2065. Além disso, esses editores de propaganda política devem possibilitar o acesso a essas informações através do repositório europeu, a partir do momento da publicação e durante todo o período em que exibam o anúncio de cariz político, e durante sete anos após o anúncio de cariz político ter sido apresentado pela última vez nas suas interfaces em linha.
3. Caso os editores de propaganda política suprimam ou bloqueiem o acesso a um anúncio de cariz político específico com base na sua alegada ilegalidade ou na sua incompatibilidade com os seus termos e condições, continuam a facultar o acesso às informações exigidas pelo artigo 12.º, n.º 1, do presente regulamento durante o período previsto no artigo 9.º, n.º 3, do presente regulamento. Este requisito não prejudica os requisitos estabelecidos no artigo 9.º, n.º 2, alínea a), subalínea i), no artigo 17.º, n.º 3, alíneas a) a e), e no artigo 39.º, n.º 3, do Regulamento (UE) 2022/2065.
4. Os editores de propaganda política que não os referidos no n.º 2 do presente artigo que publiquem anúncios de cariz político através de um serviço em linha disponibilizam cada anúncio de cariz político e as informações exigidas nos termos do artigo 12.º, n.º 1, no repositório europeu, o mais tardar, 72 horas após o anúncio de cariz político ter sido publicado pela primeira vez.
5. A Comissão, ou, consoante o caso, a autoridade de gestão a que se refere o n.º 1, não é responsável pela completude e exatidão da propaganda política e das informações conjuntamente publicadas, nem pela sua conformidade com o direito da União ou nacional pertinente e outras regras vinculativas aplicáveis.

6. Até ... [24 meses a contar da data de entrada em vigor do presente regulamento], a Comissão adota atos de execução nos termos do artigo 29.º, a fim de estabelecer disposições pormenorizadas para a disponibilização de uma estrutura de dados comum, de metadados normalizados para facilitar a inclusão de anúncios de cariz político no repositório europeu e a indexação de propaganda política pelos motores de pesquisa em linha, de uma autenticação normalizada e de uma interface comum de programação de aplicações, com vista a possibilitar o acesso à agregação de informações publicadas em linha nos termos do presente regulamento através de um portal único.

Ao adotar esses atos de execução, a Comissão tem em conta a evolução tecnológica, científica e do mercado e procura alcançar os seguintes objetivos:

- a) Possibilitar o acesso do público às informações referidas nos n.os 1, 2 e 3 através do repositório europeu;
- b) Permitir o acesso fácil do público aos avisos de transparência em linha, através da utilização de uma interface comum de programação de aplicações que possibilite o acesso aos avisos e a consulta das bases de dados pertinentes;
- c) Apoiar o acesso de terceiros e do público aos avisos de transparência, inclusive possibilitando a análise de avisos de transparência em linha e a sua apresentação através de um portal único e serviços de pesquisa de fácil utilização.

Artigo 14.º

Comunicação de informação periódica sobre serviços de propaganda política

1. Os editores de propaganda política incluem informações sobre os montantes ou o valor de outros benefícios recebidos, parcial ou totalmente, em troca dos serviços prestados, incluindo sobre a utilização de técnicas de direcionamento e de distribuição de anúncios, agregadas por campanha, num anexo ao seu relatório de gestão na aceção do artigo 19.º da Diretiva 2013/34/UE.

Os editores de propaganda política disponibilizam as informações referidas no primeiro parágrafo às autoridades competentes responsáveis pela auditoria ou supervisão dos intervenientes políticos, sempre que tais autoridades estejam estabelecidas ao abrigo do direito nacional.

2. O n.º 1 do presente artigo não se aplica às micro, pequenas ou médias empresas que se enquadram na aceção do artigo 3.º, n.ºs 1, 2 e 3, da Diretiva 2013/34/UE.

Artigo 15.º

Indicação de anúncios de cariz político possivelmente não conformes

1. Os editores de propaganda política criam os mecanismos necessários para que as pessoas singulares ou coletivas os possam notificar caso um determinado anúncio de cariz político que tenham publicado não esteja em conformidade com o presente regulamento.
2. Os mecanismos a que se refere o n.º 1 devem ser gratuitos, de fácil utilização e facilmente acessíveis, inclusive através do aviso de transparência. Sempre que seja tecnicamente possível, esses mecanismos devem permitir a apresentação de notificações em formato eletrónico.

3. Os referidos mecanismos devem facilitar a apresentação de notificações exatas e fundamentadas aos editores de propaganda política, a fim de lhes permitir identificar a não conformidade dos anúncios de cariz político em causa com o presente regulamento. Para o efeito, os editores de propaganda política tomam as medidas necessárias para permitir e facilitar a apresentação de notificações que contenham todos os seguintes elementos:
 - a) Uma explicação fundamentada das razões pelas quais a pessoa singular ou coletiva que apresenta a notificação afirma que o anúncio de cariz político em questão não está em conformidade com o presente regulamento;
 - b) Informações que permitam a identificação do anúncio de cariz político;
 - c) O nome e o endereço de correio eletrónico da pessoa singular ou coletiva que apresenta a notificação.
4. Os editores de propaganda política enviam, sem demora injustificada, uma confirmação de receção da notificação recebida nos termos do n.º 1 à pessoa singular ou coletiva que procedeu à sua apresentação.
5. Os editores de propaganda política que sejam plataformas em linha de muito grande dimensão e motores de pesquisa em linha de muito grande dimensão devem, sem demora injustificada:
 - a) Examinar e dar resposta às notificações recebidas nos termos do n.º 1 de forma diligente, não arbitrária e objetiva;
 - b) Informar a pessoa singular ou coletiva que apresentou a notificação a que se refere o n.º 1 do seguimento que lhe foi dado.

6. Os editores de propaganda política que não sejam plataformas em linha de muito grande dimensão e motores de pesquisa em linha de muito grande dimensão devem, sem demora injustificada:
- a) Envidar todos os esforços para examinar e dar resposta às notificações recebidas nos termos do n.º 1 de forma diligente, não arbitrária e objetiva;
 - b) Informar, pelo menos mediante pedido, as pessoas singulares ou coletivas que apresentaram a notificação a que se refere o n.º 1 do presente artigo do seguimento que lhe foi dado; os editores de propaganda política considerados microempresas nos termos do artigo 3.º, n.º 1, da Diretiva 2013/34/UE envidam todos os esforços para garantir que cumprem a presente alínea.
7. No último mês anterior a uma eleição ou um referendo, os editores de propaganda política tratam todas as notificações que recebam sobre um anúncio de cariz político associado à eleição ou ao referendo em causa no prazo de 48 horas, desde que a notificação possa ser tratada por completo com base nas informações incluídas na notificação. Os editores de propaganda política considerados micro, pequenas ou médias empresas nos termos do artigo 3.º, n.os 1, 2 e 3, da Diretiva 2013/34/UE envidam todos os esforços para tratar qualquer notificação que recebam sobre um anúncio de cariz político associado à eleição ou ao referendo em causa sem demora injustificada.
8. Os editores de propaganda política facultam informações claras e de fácil utilização sobre as possibilidades de recurso relativas ao anúncio de cariz político a que se refere a notificação e, se for caso disso, sobre a utilização de meios automatizados para o tratamento das notificações.

9. Os editores de propaganda política informam, sem demora injustificada, os patrocinadores ou prestadores de serviços de propaganda política em causa de quaisquer medidas que tomem na sequência de notificações apresentadas ao abrigo do presente artigo que afetem a disponibilidade ou a apresentação do anúncio de cariz político em questão.
10. Os editores de propaganda política podem responder coletivamente a várias notificações nos termos do n.º 1 relativas ao mesmo anúncio ou campanha de propaganda, nomeadamente utilizando ferramentas automatizadas ou publicando um aviso no seu sítio Web relativo às notificações em causa.
11. A Comissão, após consultar a rede de pontos de contacto nacionais a que se refere o artigo 22.º, n.º 8, pode emitir orientações para ajudar os editores de propaganda política a aplicarem o presente artigo.

Artigo 16.º

Transmissão de informações às autoridades competentes nacionais

1. Para verificar o cumprimento dos artigos 9.º, 11.º, 12.º e 14.º, as autoridades nacionais competentes têm poderes para solicitar aos prestadores de serviços de propaganda política que transmitam todas as informações necessárias. 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 normalizado e legível por máquina.

2. O pedido a que se refere o n.º 1 deve conter os seguintes elementos:
- a) Uma exposição de motivos que explique o objetivo para o qual as informações são solicitadas, a menos que o pedido prossiga o objetivo de prevenção, deteção, investigação e repressão de infrações penais ou infrações administrativas graves e a menos que a divulgação dos motivos do pedido possa comprometer esse objetivo;
 - b) Informações sobre as vias de recurso à disposição do prestador de serviços de propaganda política em causa e do patrocinador do serviço de propaganda política.
3. Após a receção de um pedido nos termos do n.º 1 do presente artigo, os prestadores de serviços de propaganda política acusam a receção do pedido no prazo de dois dias úteis e informam a autoridade nacional competente das medidas tomadas para lhe dar cumprimento. O prestador de serviços de propaganda política em causa faculta as informações solicitadas no prazo de oito dias úteis. No entanto, os prestadores de serviços de propaganda política considerados micro, pequenas ou médias empresas nos termos do artigo 3.º, n.ºs 1, 2 e 3, da Diretiva 2013/34/UE envidam esforços razoáveis para fornecer as informações solicitadas no prazo de 12 dias úteis e, posteriormente, sem demora injustificada.
4. Em derrogação do n.º 3 do presente artigo, no último mês anterior a uma eleição ou a um referendo, os prestadores de serviços de propaganda política facultam as informações solicitadas na sua posse, sem demora injustificada, no prazo de 48 horas. No entanto, os prestadores de serviços de propaganda política considerados microempresas ou pequenas empresas nos termos do artigo 3.º, n.ºs 1 e 2, da Diretiva 2013/34/UE facultam as informações solicitadas na sua posse, sem demora injustificada e, sempre que possível, antes da data da eleição ou do referendo.

5. 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 considerados micro, pequenas ou médias empresas nos termos do artigo 3.º, n.ºs 1, 2 e 3, da Diretiva 2013/34/UE podem designar uma pessoa singular externa como ponto de contacto.

Artigo 17.º

Transmissão de informações a outras entidades interessadas

1. A pedido das entidades interessadas, os prestadores de serviços de propaganda política transmitem rápida e gratuitamente e, sempre que tecnicamente possível, num formato legível por máquina, a essas entidades as informações de que esses prestadores de serviços de propaganda política são obrigados a dispor nos termos dos artigos 9.º, 11.º e 12.º.
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 habilitados em conformidade com o artigo 40.º, n.º 8, do Regulamento (UE) 2022/2065;
 - b) Membros de uma organização da sociedade civil cujos objetivos estatutários sejam proteger e promover o interesse público, autorizados ao abrigo do direito nacional ou da União;
 - c) Intervenientes políticos;
 - d) Observadores eleitorais nacionais ou internacionais reconhecidos num Estado-Membro; ou
 - e) Jornalistas.

3. Na sequência de um pedido de uma entidade interessada, o prestador de serviços de propaganda política envia todos os esforços para facultar quanto antes e, o mais tardar, no prazo de um mês, as informações solicitadas ou a uma 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 de propaganda política 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 pouco claros, excessivos ou digam respeito a informações que não estejam na posse do prestador de serviços de propaganda política, esse prestador pode recusar-se a disponibilizar as informações solicitadas. Nestes casos, o prestador de serviços de propaganda política envia uma resposta fundamentada à entidade interessada que apresenta o pedido, juntamente com informações sobre as possibilidades de recurso, incluindo, se aplicáveis, as disponíveis ao abrigo da Diretiva (UE) 2020/1828.
6. Se o tratamento dos pedidos apresentados ao abrigo do n.º 1 implicar custos significativos, o prestador de serviços de propaganda política 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 de propaganda política suportam o ónus de demonstrar que um pedido é manifestamente pouco claro, excessivo ou diz respeito a informações que não estejam na sua posse, ou que os pedidos implicam custos significativos para o seu tratamento.

Capítulo III

Direcionamento e distribuição de anúncios no contexto da propaganda política em linha

Artigo 18.º

Requisitos específicos relacionados com técnicas de direcionamento e de distribuição de anúncios no contexto da propaganda política em linha

1. São permitidas as técnicas de direcionamento ou de distribuição de anúncios que envolvam o tratamento de dados pessoais no contexto da propaganda política em linha apenas se estiverem preenchidas as seguintes condições:
 - a) O responsável pelo tratamento recolheu os dados pessoais junto do titular dos dados;
 - b) O titular dos dados deu consentimento explícito, na aceção dos Regulamentos (UE) 2016/679 e (UE) 2018/1725, para o tratamento de dados pessoais separadamente para fins de propaganda política; e
 - c) Essas técnicas não envolvem a «definição de perfis», na aceção do artigo 4.º, ponto 4, do Regulamento (UE) 2016/679 e do artigo 3.º, ponto 5, do Regulamento (UE) 2018/1725, utilizando as categorias especiais 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.

2. No contexto da propaganda política, são proibidas as técnicas de direcionamento ou de distribuição de anúncios que envolvam o tratamento de dados pessoais de um titular dos dados relativamente ao qual o responsável pelo tratamento dos dados saiba, com um grau de certeza razoável, que tem, no mínimo, menos um ano do que a idade de voto estabelecida pelas regras nacionais. O cumprimento das obrigações estabelecidas no presente número não obriga o responsável pelo tratamento dos dados a tratar dados pessoais adicionais para avaliar se o utilizador do serviço tem menos um ano do que a idade de voto.
3. O presente artigo não se aplica às comunicações de qualquer partido político, fundação, associação ou qualquer outro organismo sem fins lucrativos, aos seus membros e ex-membros ou às comunicações, tais como boletins informativos, ligadas às suas atividades políticas, desde que essas comunicações se baseiem exclusivamente em dados de assinatura, estando, portanto, estritamente limitadas aos seus membros, ex-membros ou assinantes e se baseiem em dados pessoais por eles fornecidos e não envolvam o tratamento de dados pessoais para visar ou selecionar melhor os destinatários e as mensagens que recebem.
4. Para efeitos da aplicação dos requisitos dos Regulamentos (UE) 2016/679 e (UE) 2018/1725 relativos à prestação de consentimento explícito, bem como à sua retirada uma vez dado, os responsáveis pelo tratamento devem certificar-se do seguinte:
 - a) O titular dos dados não é convidado a dar o seu consentimento se já tiver indicado, por meios automatizados, que não dá consentimento ao tratamento de dados para fins de propaganda política, salvo se o pedido for justificado por uma alteração substancial das circunstâncias;
 - b) Ao titular dos dados que não dê o seu consentimento deve ser oferecida uma alternativa equivalente para utilizar o serviço em linha sem receber propaganda política.

Artigo 19.º

Requisitos adicionais em matéria de transparência relacionados com técnicas de direcionamento e de distribuição de anúncios no contexto da propaganda política em linha

1. Quando recorrem a técnicas de direcionamento ou de distribuição de anúncios no contexto da propaganda política em linha que envolva o tratamento de dados pessoais, os responsáveis pelo tratamento cumprem, para além dos outros requisitos estabelecidos no presente regulamento e dos requisitos estabelecidos nos Regulamentos (UE) 2016/679 e (UE) 2018/1725, os seguintes requisitos:
 - a) Adotar, aplicar e disponibilizar publicamente uma política interna que descreva numa linguagem clara e simples a forma como essas técnicas são utilizadas, e manter essa política por um período de sete anos a contar da última utilização dessas técnicas;
 - b) Manter registos sobre a utilização dessas técnicas, dos mecanismos e dos parâmetros relevantes utilizados;

- c) Facultar, juntamente com a indicação de que se trata de um anúncio de cariz político, informações adicionais necessárias para permitir que a pessoa em causa compreenda a lógica subjacente e os principais parâmetros das técnicas utilizadas, nomeadamente se foi utilizado um sistema de inteligência artificial para o direcionamento ou a distribuição do anúncio de cariz político, bem como quaisquer técnicas de análise adicionais, e incluindo os seguintes elementos:
- i) os grupos específicos de destinatários visados, incluindo os parâmetros utilizados para determinar os destinatários junto dos quais a propaganda é divulgada,
 - ii) as categorias de dados pessoais utilizadas para as técnicas de direcionamento ou as técnicas de distribuição de anúncios,
 - iii) os objetivos, mecanismos e lógica do direcionamento, incluindo os parâmetros de inclusão e exclusão, bem como os motivos para a escolha desses parâmetros,
 - iv) informações úteis sobre a utilização de sistemas de inteligência artificial no direcionamento ou na distribuição de anúncios de propaganda política,
 - v) o período de divulgação do anúncio de cariz político e o número de pessoas junto de quem o anúncio de cariz político é divulgado,
 - vi) uma ligação ou uma indicação clara de onde se pode recuperar facilmente a política referida na alínea a);

- d) Preparar uma avaliação anual interna dos riscos da utilização das técnicas de direcionamento ou das técnicas de distribuição de anúncios para os direitos e liberdades fundamentais, cujos resultados devem ser disponibilizados ao público;
 - e) Facultar, juntamente com o anúncio de cariz político, a não ser que esteja incluído no aviso de transparência exigido no artigo 12.º, n.º 1, do presente regulamento, uma referência a meios eficazes de apoio aos indivíduos no exercício dos seus direitos decorrentes do Regulamento (UE) 2016/679 ou do Regulamento (UE) 2018/1725, consoante o caso, nomeadamente uma referência ao seu direito de alterar os dados pessoais ou de retirar o consentimento, conforme aplicável, que consiste em incluir uma ligação a uma interface que permita o exercício desses direitos.
2. Sempre que o responsável pelo tratamento dos dados seja diferente do editor de propaganda política, o responsável pelo tratamento dos dados assegura que as informações a que se refere o n.º 1, alíneas c) e e), sejam comunicadas ao editor de propaganda política, a fim de permitir que este cumpra as obrigações que lhe incumbem por força do presente regulamento. As informações são transmitidas em tempo útil e de forma precisa, em conformidade com as melhores práticas e as normas do setor, através de um processo automatizado normalizado, sempre que tal seja tecnicamente possível.
3. Os prestadores de serviços de propaganda política transmitem, se necessário, aos responsáveis pelo tratamento dos dados as informações necessárias para dar cumprimento ao disposto nos n.ºs 1 e 2.
4. As informações a facultar em conformidade com o n.º 1, alíneas c) e e), e os n.ºs 2 e 3 devem ser apresentadas num formato facilmente acessível e, sempre que tecnicamente viável, que seja também legível por máquina, claramente visível e de fácil utilização, nomeadamente através da utilização de linguagem simples.

5. A Comissão fica habilitada a adotar atos delegados nos termos do artigo 28.º para alterar o presente regulamento, aditando alíneas à lista de alíneas no n.º 1 do presente artigo, à luz da evolução tecnológica, das práticas de mercado, da investigação científica pertinente, da evolução da supervisão pelas autoridades competentes e das orientações relevantes emitidas pelos organismos competentes.

Artigo 20.º

Transmissão de informações sobre direcionamento ou distribuição de anúncios de cariz político em linha a outras entidades interessadas

Os responsáveis pelo tratamento tomam as medidas adequadas para transmitir às entidades interessadas a que se refere o artigo 17.º, n.º 2, a pedido das mesmas e gratuitamente, as informações referidas no artigo 19.º.

Capítulo IV

Supervisão e aplicação

Artigo 21.º

Representante legal

1. Um prestador de serviços que presta serviços de propaganda política na União, mas que não tem um estabelecimento na União, designa, por escrito, uma pessoa singular ou coletiva como seu representante legal num dos Estados-Membros em que esse prestador oferece os seus serviços.

O representante legal designado regista-se junto da autoridade competente a que se refere o n.º 4 no Estado-Membro em que resida ou esteja estabelecido. Para o efeito, os prestadores de serviços devem apresentar o nome, o endereço postal, o endereço de correio eletrónico e o número de telefone do seu representante legal a essa autoridade competente. As informações apresentadas devem ser exatas, ter um formato legível por máquina e ser mantidas atualizadas.

2. O representante legal é responsável por assegurar o cumprimento das obrigações decorrentes do presente regulamento e, sem prejuízo da responsabilidade do prestador de serviços e de qualquer ação judicial que possa ser instaurada contra ele, pode ser responsabilizado por qualquer incumprimento das obrigações previstas no presente regulamento. O representante legal 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.

3. Os prestadores de serviços dotam o seu representante legal dos poderes necessários e de recursos suficientes para garantir a cooperação eficiente e atempada com as autoridades competentes nacionais e, se for caso disso, com a Comissão, bem como para assegurar o cumprimento das respetivas decisões.
4. Os Estados-Membros designam uma autoridade nacional competente, responsável pela manutenção de registos em linha, acessíveis ao público e legíveis por máquina, de todos os representantes legais registados no seu território ao abrigo do presente regulamento. A autoridade nacional competente deve assegurar que essas informações sejam facilmente acessíveis, estejam completas e sejam regularmente atualizadas. Os Estados-Membros fornecem à Comissão as ligações para os sítios Web pertinentes.
5. A Comissão cria e mantém um portal disponível publicamente com ligação para os sítios Web disponibilizados pelos Estados-Membros nos termos do n.º 4.

Artigo 22.º

Autoridades competentes e pontos de contacto

1. As autoridades de controlo referidas no artigo 51.º do Regulamento (UE) 2016/679 ou a Autoridade Europeia para a Proteção de Dados a que se refere o artigo 52.º do Regulamento (UE) 2018/1725 são competentes para controlar a aplicação dos artigos 18.º e 19.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 com as devidas adaptações. O capítulo VII do Regulamento (UE) 2016/679 é aplicável às atividades abrangidas pelos artigos 18.º e 19.º do presente regulamento.
2. O Comité Europeu para a Proteção de Dados a que se refere o artigo 68.º do Regulamento (UE) 2016/679 elabora, por sua própria iniciativa ou a pedido da Comissão, orientações com o objetivo de assistir as autoridades de controlo referidas no Regulamento (UE) 2016/679 na avaliação do cumprimento dos requisitos do presente regulamento.

3. Os Estados-Membros designam as autoridades competentes para controlar o cumprimento por parte dos prestadores de serviços intermediários na aceção do Regulamento (UE) 2022/2065 das obrigações estabelecidas nos artigos 7.º a 17.º e 21.º do presente regulamento, sempre que aplicável. As autoridades competentes designadas nos termos do Regulamento (UE) 2022/2065 podem também ser uma das autoridades competentes designadas para controlar o cumprimento, por parte dos intermediários em linha, das obrigações estabelecidas nos artigos 7.º a 17.º e 21.º do presente regulamento. O Coordenador dos Serviços Digitais a que se refere o artigo 49.º do Regulamento (UE) 2022/2065 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) 2022/2065. O artigo 49.º, o artigo 58.º, n.ºs 1 a 4, e o artigo 60.º, n.º 1, do Regulamento (UE) 2022/2065 são aplicáveis às questões relacionadas com a aplicação do presente regulamento no que diz respeito aos prestadores de serviços intermediários. O artigo 51.º do Regulamento (UE) 2022/2065 aplica-se com as devidas adaptações aos poderes das autoridades competentes designadas nos termos do presente número.
4. 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 3 do presente artigo. Essas autoridades competentes podem ser diferentes das referidas nos n.ºs 1 e 3 do presente artigo e podem ser as mesmas que as referidas no artigo 30.º da Diretiva 2010/13/UE. 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. Agindo com total independência, controla eficazmente e toma as medidas necessárias e proporcionadas para assegurar o controlo, o cumprimento e a aplicação do presente regulamento.

5. As autoridades competentes a que se refere o n.º 4, no exercício das suas funções relacionadas com o presente regulamento, têm poderes para:
- a) Solicitar o acesso a dados, documentos ou quaisquer informações necessárias, em especial ao patrocinador ou aos prestadores de serviços de propaganda política em causa, que as autoridades competentes devem utilizar unicamente para efeitos de controlo e avaliação do cumprimento do presente regulamento, em conformidade com a legislação aplicável em matéria de proteção de dados pessoais e de proteção de informações confidenciais;
 - b) Emitir advertências dirigidas aos prestadores de serviços de propaganda política sobre o seu incumprimento das obrigações previstas no presente regulamento;
 - c) Ordenar a cessação das infrações e exigir que os patrocinadores ou os prestadores de serviços de propaganda política tomem as medidas necessárias para dar cumprimento ao presente regulamento;
 - d) Aplicar ou solicitar a aplicação, por uma autoridade judicial, de coimas ou sanções financeiras ou outras medidas financeiras, conforme adequado;
 - e) Se for caso disso, aplicar uma sanção pecuniária compulsória ou solicitar à autoridade judicial do seu Estado-Membro que o faça;
 - f) Se for caso disso, impor medidas de correção proporcionadas em relação à infração e necessárias para pôr efetivamente termo à infração, ou solicitar a uma autoridade judicial do seu Estado-Membro que o faça;

- g) 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;
 - h) Realizar ou solicitar a uma autoridade judicial que ordene ou autorize inspeções a quaisquer instalações que os prestadores de serviços de propaganda política utilizem para fins que se incluam na sua atividade comercial, industrial, artesanal ou profissional, ou solicitar a outras autoridades públicas que o façam, a fim de examinar, apreender, fazer ou obter cópias ou extratos de informações sob qualquer forma, independentemente do suporte de armazenamento.
6. Os Estados-Membros asseguram que as autoridades nacionais competentes dispõem de todos os meios necessários para desempenhar as suas funções ao abrigo do presente regulamento, incluindo recursos técnicos, financeiros e humanos suficientes para supervisionar adequadamente o cumprimento pelos patrocinadores e prestadores de serviços de propaganda política, no âmbito das suas competências, ao abrigo do presente regulamento.
7. Os Estados-Membros asseguram que há uma cooperação e coordenação eficaz e estruturada a nível nacional entre todas as autoridades pertinentes a que se referem os n.os 1 a 4, a fim de facilitar o intercâmbio rápido e seguro de informações sobre questões relacionadas com o exercício das suas funções e poderes de supervisão e execução nos termos do presente regulamento, nomeadamente através da notificação de infrações detetadas que sejam pertinentes para outras autoridades, da partilha de conclusões e conhecimentos especializados e da ligação sobre a aplicação e a execução das regras pertinentes.

8. Os pontos de contacto nacionais designados pelos Estados-Membros nos termos do n.º 9, segundo parágrafo, reúnem-se periodicamente a nível da União, no âmbito da rede de pontos de contacto nacionais. A rede de pontos de contacto nacionais serve de plataforma para o intercâmbio regular de informações e melhores práticas e a cooperação estruturada entre os pontos de contacto nacionais e a Comissão sobre todos os aspetos do presente regulamento. Em especial, a rede de pontos de contacto nacionais promove a cooperação, a nível da União, no que diz respeito à aplicação e execução do presente regulamento e facilita a elaboração, em cooperação com as partes interessadas pertinentes, de orientações para ajudar os patrocinadores e os prestadores de serviços de propaganda política a cumprirem os requisitos do presente regulamento. A rede de pontos de contacto nacionais reúne-se, pelo menos, duas vezes por ano e, se necessário, mediante pedido devidamente justificado da Comissão ou de um Estado-Membro. Trabalha em estreita cooperação com a Rede Europeia de Cooperação para as Eleições, o Grupo de Reguladores Europeus dos Serviços de Comunicação Social Audiovisual e outras redes ou organismos pertinentes, a fim de facilitar o intercâmbio rápido e seguro de informações sobre questões relacionadas com a supervisão e execução do presente regulamento. A Comissão participa nas reuniões da rede de pontos de contacto nacionais e presta apoio administrativo.

9. Caso um Estado-Membro designe mais do que uma autoridade competente, esse Estado-Membro assegura que as respetivas funções são claramente definidas e que essas autoridades cooperam estreita e eficazmente entre si no exercício das suas funções.

Para efeitos de todos os aspetos do presente regulamento, cada Estado-Membro designa uma autoridade competente nacional como ponto de contacto a nível da União.

Os pontos de contacto nacionais apoiam e facilitam uma cooperação eficaz entre as autoridades nacionais competentes e com os pontos de contacto nacionais de outros Estados-Membros. Os Estados-Membros colocam à disposição do público as informações de contacto dos respetivos pontos de contacto nacionais. Os Estados-Membros em causa comunicam, se for caso disso, o nome das outras autoridades competentes e as respetivas funções à rede de pontos de contacto nacionais.

Artigo 23.º

Cooperação transfronteiriça

1. O cumprimento do presente regulamento pelos prestadores de serviços de propaganda política e patrocinadores é da competência do Estado-Membro em que o prestador tem o seu estabelecimento. Caso o prestador esteja estabelecido em mais do que um Estado-Membro, considera-se que está sob a jurisdição do Estado-Membro em que tem o seu estabelecimento principal.
2. Sem prejuízo do artigo 22.º, n.ºs 1 e 2, e do n.º 1 do presente artigo, a autoridade ou autoridades competentes de todos os Estados-Membros cooperam e prestam assistência mútua, na medida do necessário.

3. Uma autoridade competente presta, mediante pedido justificado de outra autoridade competente, assistência à outra autoridade competente, sem demora injustificada e o mais tardar um mês após a receção do pedido, para que as medidas de supervisão ou de execução referidas no artigo 22.º, n.º 5, possam ser aplicadas de forma eficaz, eficiente e coerente. A autoridade competente presta, mediante pedido fundamentado de informações da autoridade competente de outro Estado-Membro, através dos pontos de contacto nacionais a que se refere o artigo 22.º, n.º 9, a essa autoridade competente as informações solicitadas sem demora injustificada e, o mais tardar, 14 dias após a receção do pedido. Esse prazo pode ser prorrogado para um mês nos casos que exijam investigação adicional ou informações de várias autoridades competentes.
4. Sempre que uma autoridade nacional competente de um Estado-Membro tenha motivos para suspeitar que o presente regulamento foi infringido no seu território, deve notificar a autoridade competente do estabelecimento principal do prestador e solicitar-lhe, se for caso disso, que avalie a questão e tome as medidas de investigação e de execução necessárias a que se refere o n.º 7.

5. A notificação nos termos do n.º 4 deve ser fundamentada, devidamente justificada e proporcionada, e indicar, pelo menos:
- a) As informações que permitam a identificação do patrocinador ou do prestador de serviços de propaganda política;
 - b) Uma descrição dos factos pertinentes, das disposições pertinentes do presente regulamento e dos motivos pelos quais a autoridade competente que emitiu a notificação suspeita que tenha havido uma infração do presente regulamento, incluindo, se for caso disso, uma descrição das circunstâncias que permitiriam a avaliação dos critérios estabelecidos no artigo 25.º, n.º 4;
 - c) Informações sobre o local onde pode ser recuperado o anúncio de cariz político pertinente ou uma cópia deste;
 - d) Outras informações que a autoridade competente que emitiu a notificação considere pertinentes, incluindo, consoante o caso, informações que tenha recolhido por sua própria iniciativa.
6. Se a autoridade competente do estabelecimento principal não dispuser de informações suficientes para dar seguimento a uma notificação recebida nos termos do n.º 4, pode solicitar informações adicionais à autoridade competente que tiver efetuado a notificação. Ao receber esse pedido, a autoridade competente deve disponibilizar as informações solicitadas sem demora injustificada.

O prazo previsto no n.º 7 é suspenso até que essas informações adicionais sejam prestadas.

7. A autoridade competente do estabelecimento principal comunica, sem demora injustificada e o mais tardar um mês após a receção da notificação a que se refere o n.º 4 ou, consoante o caso, das informações a que se refere o n.º 6, à autoridade competente que tiver efetuado a notificação e à rede de pontos de contacto nacionais a sua avaliação da infração presumida e informações sobre as medidas de investigação ou de execução tomadas ou previstas para assegurar o cumprimento do presente regulamento.
8. Se a investigação de uma alegada infração disser respeito à prestação de serviços de propaganda política num ou mais Estados-Membros em que o prestador de serviços de propaganda política não tenha o seu estabelecimento principal, a autoridade competente do estabelecimento principal pode iniciar e conduzir uma investigação conjunta com a participação da autoridade ou autoridades competentes desses Estados-Membros:
- a) Por sua própria iniciativa e após obtenção do acordo da autoridade ou autoridades competentes requeridas; ou
 - b) A pedido de outra autoridade, ou autoridades competentes, com base na sua suspeita razoável de que os serviços de propaganda política prestados por um prestador de serviços de propaganda política estabelecido no Estado-Membro do estabelecimento principal infringiram o presente regulamento ou afetaram substancialmente indivíduos no território da autoridade ou autoridades competentes que apresentam o pedido.

9. Para efeitos do n.º 8, a autoridade competente que solicita a abertura da investigação conjunta faculta à outra autoridade ou autoridades competentes as informações a que se refere o n.º 5. Se uma autoridade competente decidir não participar numa investigação conjunta, apresenta à outra autoridade ou autoridades competentes uma explicação fundamentada para o efeito.
10. Ao realizar uma investigação conjunta, as autoridades competentes cooperam de boa-fé e exercem os respetivos poderes de investigação conforme necessário para a investigação da alegada infração. As autoridades competentes que realizem uma investigação conjunta informam-se mutuamente de quaisquer medidas de execução pertinentes que iniciem ou tencionem iniciar.

Artigo 24.º

Direito de reclamação

Sem prejuízo de outros procedimentos administrativos ou recursos judiciais, as autoridades competentes tratam devidamente todas as notificações relativas a eventuais infrações ao presente regulamento e, quando tal lhes for solicitado, informam o autor da notificação do seguimento dado. Durante o último mês que precede as eleições ou os referendos, qualquer notificação que dê entrada em relação a essas eleições ou referendos deve ser tratada sem demora injustificada.

As autoridades competentes transmitem, sem demora injustificada, as reclamações que sejam da competência de outra autoridade competente noutro Estado-Membro a essa autoridade competente.

Artigo 25.º

Sanções

1. Os Estados-Membros estabelecem regras relativas às sanções ou outras medidas necessárias aplicáveis aos patrocinadores ou prestadores de serviços de propaganda política em caso de violação do disposto nos artigos 5.º a 17.º, 20.º e 21.º, e tomam todas as medidas necessárias para garantir a sua aplicação atempada.

As sanções previstas devem ser efetivas, proporcionadas e dissuasivas. Ao estabelecer regras em matéria de sanções, os Estados-Membros devem ter em conta as regras que regulam a liberdade de imprensa e a liberdade de expressão noutros meios de comunicação social e as regras ou códigos que regulam a profissão de jornalista.

2. O montante máximo das sanções financeiras que pode ser imposto baseia-se na capacidade económica da entidade sujeita a sanções, que corresponde a:
 - a) 6 % do rendimento anual ou do orçamento do patrocinador ou do prestador de serviços de propaganda política, consoante o que for mais elevado; ou
 - b) 6 % do volume anual de negócios a nível mundial do patrocinador ou do prestador de serviços de propaganda política no exercício financeiro anterior.
3. Os Estados-Membros notificam a Comissão, até ... [21 meses a contar da data de entrada em vigor do presente regulamento], dessas regras e dessas medidas e também, sem demora, de qualquer alteração ulterior.

4. Ao decidir sobre o tipo de sanção e o seu nível, serão tidos em devida conta, em cada caso individual, entre outros, os seguintes elementos:
- a) A natureza, a gravidade, a recorrência e a duração da violação;
 - b) O carácter intencional ou negligente da violação;
 - 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) O grau de cooperação com a autoridade competente; e
 - f) A dimensão e a capacidade económica da entidade sujeita a sanções, se for o caso.
5. As violações dos artigos 5.º, 7.º, 11.º, 12.º, 13.º, 15.º, 16.º e 18.º são consideradas particularmente graves quando digam respeito a propaganda política publicada ou divulgada durante o último mês anterior a eleições ou a um referendo e sejam dirigidas aos cidadãos do Estado-Membro em que as eleições ou o referendo em causa estão a ser organizados. Os Estados-Membros podem igualmente impor sanções pecuniárias compulsórias para obrigar os patrocinadores, os prestadores de serviços de propaganda política e os editores de propaganda política a pôr termo a uma infração grave e repetida ao presente regulamento.
6. Em caso de violação das obrigações estabelecidas nos artigos 18.º e 19.º do presente regulamento, 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 nos artigos 18.º e 19.º do presente regulamento, a Autoridade Europeia para a Proteção de Dados 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.
8. Os Estados-Membros apresentam anualmente à Comissão um relatório sobre as sanções impostas para fazer cumprir as disposições do presente regulamento, nomeadamente sobre o tipo de sanções aplicadas e o montante das coimas e das sanções financeiras. A Comissão tem em conta estas informações ao elaborar o relatório previsto no artigo 27.º.

Artigo 26.º

Publicação das datas das eleições e dos referendos

1. Os Estados-Membros publicam as datas das suas eleições e referendos e, se aplicável, dos seus períodos eleitorais, num local facilmente acessível, e com uma referência adequada ao presente regulamento.
2. A Comissão disponibiliza um portal através do qual os Estados-Membros fornecem, imediatamente após terem sido anunciadas, as datas das suas eleições, referendos e, se aplicável, períodos eleitorais. O portal é colocado à disposição do público.

Capítulo V

Disposições finais

Artigo 27.º

Avaliação e revisão

No prazo de dois anos após cada eleição para o Parlamento Europeu, a Comissão deve apresentar um relatório público sobre a avaliação e revisão do presente regulamento ao Parlamento Europeu e ao Conselho. Esse relatório é tornado público e avalia a necessidade de alterar o presente regulamento, em particular no que respeita:

- a) Ao âmbito de aplicação do presente regulamento e à definição de propaganda política prevista no artigo 3.º, ponto 2;
- b) À eficácia do presente regulamento no que diz respeito a meios específicos de propaganda política;
- c) À eficácia das medidas de transparência, especialmente da declaração e dos mecanismos para identificar a natureza política de um serviço de propaganda ou de um anúncio em conformidade com os artigos 7.º e 8.º;
- d) À eficácia das regras que restringem o tratamento de dados pessoais para efeitos das técnicas de direcionamento e de distribuição de anúncios;
- e) À eficácia da estrutura de supervisão e execução, bem como ao tipo e ao montante das sanções impostas pelos Estados-Membros;

- f) Ao impacto do presente regulamento nos intervenientes nos meios de comunicação social que, nos termos do artigo 3.º, n.ºs 1, 2 e 3, da Diretiva 2013/34/UE, sejam considerados microempresas, pequenas empresas e médias empresas;
- g) À eficácia do presente regulamento, tendo em conta os desenvolvimentos tecnológicos, científicos e outros;
- h) À forma como o presente regulamento interage com os atos jurídicos da União a que se refere o artigo 2.º, n.º 3;
- i) Aos progressos realizados na criação do repositório europeu e no seu subsequente funcionamento.

Artigo 28.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 12.º, n.º 6, e no artigo 19.º, n.º 5, é conferido à Comissão por um prazo de quatro anos a contar de ... [data de entrada em vigor do presente regulamento]. A Comissão elabora um relatório relativo à delegação de poderes pelo menos nove meses antes do final do prazo de quatro anos. A delegação de poderes é tacitamente prorrogada por períodos de igual duração, salvo se o Parlamento Europeu ou o Conselho a tal se opuserem pelo menos três meses antes do final de cada prazo.

3. A delegação de poderes referida no artigo 12.º, n.º 6, e no artigo 19.º, n.º 5, 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. A decisão de revogação não afeta os atos delegados já em vigor.
4. Antes de adotar um ato delegado, a Comissão consulta os peritos designados por cada Estado-Membro de acordo com os princípios estabelecidos no Acordo Interinstitucional, de 13 de abril de 2016, sobre legislar melhor.
5. Assim que adotar um ato delegado, a Comissão notifica-o simultaneamente ao Parlamento Europeu e ao Conselho.
6. Os atos delegados adotados nos termos do artigo 12.º, n.º 6, ou do artigo 19.º, n.º 5, 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 29.º

Procedimento de comité

1. A Comissão é assistida por um comité. Este comité é um comité na aceção do Regulamento (UE) n.º 182/2011.
2. Caso se remeta para o presente número, aplica-se o artigo 4.º do Regulamento (UE) n.º 182/2011.

Artigo 30.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 ... [18 meses a contar da data de entrada em vigor do presente regulamento]. No entanto, no âmbito de aplicação do presente regulamento, o artigo 3.º e o artigo 5.º, n.º 1, são aplicáveis a contar da data da sua entrada em vigor.

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

A Presidente

Pelo Conselho

O Presidente/ A Presidente
