



SOLUÇÕES EM MÍDIAS SOCIAIS

VÍDEO VIRAL

PALESTRAS

AGÊNCIA

CLIENTES

CONTATO

BLOG

Buscar

Buscar

GUIA: ENTENDA AS NOVAS REGRAS PARA CONCURSOS E PROMOÇÕES

Compartilhe

Postado por:

Fabiano Porto



Tweeter

9

8+1

Curtir

114



Ministro da Fazenda, Guido Mantega, é quem assina as novas regras dos concursos

Os empresários e agências do Brasil que utilizam as mídias sociais como estratégia de divulgação e marketing terão que se adaptar a nova resolução do Ministério da Fazenda. Por isso, a Tec Triade elaborou este Guia com as principais dúvidas e esclarecimentos sobre a nova resolução sobre Concursos e Promoções. Vale ressaltar, que a Caixa e o Ministério da Fazenda ainda podem ser alvos de questionamentos e recursos judiciais, já que trata-se de uma portaria, e não de uma lei.

Divulgado no dia 22 de julho no Diário Oficial da União, por meio da portaria 422, o documento assinado por Guido Mantega, Ministro da Fazenda, comunica a regulamentação de Lei nº 5.768, de 1971, que trata sobre a distribuição gratuita de prêmios mediante sorteios, vale-brindes ou concursos a título de propaganda.

Com ela, está vigente uma série de novas regras para realização de concursos e promoções, entre elas, a proibição de realização de concursos e promoções nas mídias sociais sem autorização da CAIXA ou da Secretaria de Acompanhamento Econômico (Seae) – nos casos de instituições financeiras.

Segundo o Ministério da Fazenda, "Antes da portaria, essa exigência já era feita, mas as regras da distribuição gratuita de prêmios não tinham de forma expressa a determinação para que as empresas de rede social requisitassem a autorização".

O que motivou as novas regras para concursos culturais

Concursos culturais sempre foram permitidos sem a obrigação de requisitar autorização, pois o objetivo desses concursos é de promover a cultura, o lazer, o esporte, etc. Porém, de acordo com a advogada especialista em marketing digital, Isabela Guimarães "com o passar do tempo, muitos concursos que se auto intitulam de concursos culturais eram na verdade promoção comercial que deveria ser autorizada e como não estavam, havia violação da Lei 5.768/71", afirma.

De acordo com o Ministério da Fazenda, os concursos permitidos são os "exclusivamente culturais". Basicamente um concurso exclusivamente cultural não pode ter nenhuma relação direta com a empresa e terceiros. Segue abaixo os tópicos para saber se o seu concurso está ou não dentro das novas regras:

Novas regras para concursos: O que NÃO é permitido



- Realizar concursos nas redes sociais;
- Relacionar o concurso/promoção a eventos e datas comemorativas, como campeonatos esportivos, Dia das Mães, Natal, aniversário de Estado, de Município e demais hipóteses semelhantes;
- Premiar vencedores com produtos ou serviços da empresa;
- Exigir preenchimento de cadastro detalhado ou resposta a pesquisas, e/ou aceitação de recebimento de material publicitário de qualquer natureza;

SIGA
NOSSO
BLOG

Cadastre-se e receba notícias sobre marketing digital, dicas para seu e as novidades da Tec Triade em mail

Assinar

ENQUANTO ISSO NO TWITTER

#FF @fabianopp
@eduardoprang
@mtrevisani
@plannerfelipe
@Cazarre @e
Sex 12º Set 14 13:25

Facebook testa pos
autodestrói em até
como no Snapchat.
http://t.co/NBvI
Sex 12º Set 14 09:00

Eleição movimenta
que trabalham com
#mídiassociais.
http://t.co/o6Hl
Qui 11º Set 14 08:35

Categorias

Blog (120)

Análise de Pesquisas (

Artigos (5)

Estratégia Digital (31)

Infográficos (7)

Mercado de Mídias Soc

Mobile Marketing (1)

Notícias (17)

Notícias Tec Triade (31

ARQUIVOS

Selecionar o mês ▾

- Propaganda da empresa ou de seus produtos ou serviços, bem como de terceiros, nos materiais de divulgação em qualquer canal ou meio, ressalvada a mera identificação da promotora do concurso;
- Qualquer identificação da empresa (nome, produto, serviço, atividade ou outro elemento) no material produzido pelo participante ou na mecânica do concurso;
- Identificação da empresa no nome ou chamada da promoção/concurso;
- Qualquer modalidade que envolva risco, adivinhação, sorte ou pagamento pelos participantes, em qualquer fase do concurso;
- Relacionar os participantes ou vencedores com premiações para aquisição ou uso de quaisquer bem, serviços ou produtos relacionados à empresa;
- Expor o participante a produtos, serviços ou marcas da empresa ou de terceiros (em qualquer meio, seja internet ou offline);
- Divulgação do concurso na embalagem de produto da organizadora ou de terceiros;
- Realizar concursos na TV, obrigando os participantes a pagarem taxas ou realizarem ações em benefício prévio da empresa (participação onerosa);
- Inscrições por meio de ligações telefônicas ou SMS;

Novas regras para concursos: O que É permitido

- Concursos e promoções que atendam as obrigatoriedades mencionadas acima;
- Identificar de forma neutra a realizadora do concurso;
- Realizar apenas a divulgação dos concursos nas redes sociais;

Exemplos de Concursos que seriam proibidos



CONCURSO CULTURAL DIA DAS MÃES OI

QUEM DISSE QUE MÃE É TUDO IGUAL?

Mostre pra gente que o ditado popular não está com nada e concorra a um **NOKIA LUMIA 800**.

Acesse a página da Oi do Facebook e escreva por que sua mãe é única para você. O autor da frase mais criativa leva um smartphone pra falar, trocar mensagens e tirar muitas fotos com ela.

PARA PARTICIPAR É SIMPLES ASSIM:

1. CURTA NOSSA FAN PAGE.
2. ESCREVA SUA FRASE.
3. COMPARTILHE E TORÇA!

Participar ▶

CURTA NOSSA PÁGINA SIGA @DIGAOI

Motivos da proibição: Realizar via mídias sociais, vincular com datas comemorativas, solicitar Curtir para participar, nome da empresa no título da campanha.



QUER GANHAR UM KIT PRAIA DO BRAVA SUSHI?

ACESSE O LINK DO APLICATIVO PARA PARTICIPAR PELO FACEBOOK OU PUBLIQUE SUA FOTO NO INSTAGRAM COM A HASHTAG **#PROMOBRAVA2013**

zion MARKETING AGENCY

BRAVA SUSHI

Motivos da proibição: oferecer prêmio relacionado a empresa, realização nas mídias sociais.



Tec Triade Brasil

Curtir

7.997 pessoas curtiram Tec Triade Brasil

Plug-in social do Facebook

POSTS POPULARES

“5 dicas para aumentar o alcance da marca no Facebook

“Palestra sobre Mídias Sociais José é aprovada pelo público

“A publicidade não mudou, os se expandiram



Como solicitar autorização para realização de concursos

A requisição para realização do concurso deverá ser realizada mediante envio de ofício ou carta.

As empresas que solicitarem o pedido estão sujeitas pagamento de taxas, imposto de renda e apresentação de uma comprovação tributária da empresa. Caso a empresa tenha impostos em atraso, por exemplo, pode ser impedida de realizar promoções e concursos.

Quando a empresa **não** for uma instituição financeira, o pedido de autorização para a distribuição de prêmios deve ser formulado à CEPCO-Centralizadora de Promoções Comerciais, da CAIXA, nos seguintes endereços:

- Internet: www.caixa.gov.br;
- Correio Eletrônico: cepc@caixa.gov.br;
- Endereço Postal: Centro Empresarial José Alencar Gomes da Silva – SEPN W3 Qd. 512 Conj. C – TÉRREO – Asa Norte – Brasília/DF – CEP 70.760-500.
- Telefone: (61) 3448-1400;
- Fax: (61) 3448-1403;

Quando a parte interessada for uma instituição financeira, o pedido de autorização para a distribuição de prêmios deve ser formulado à Coordenação-Geral de Análise de Promoções Comerciais do Seae/MF, nos seguintes endereços:

- Internet: www.fazenda.gov.br/seae;
- Correio Eletrônico: seae.df@fazenda.gov.br;
- Telefones: 3412-2284 e 3412-2276

Todas as dúvidas, podem ser tiradas no site da [Caixa – Perguntas e Respostas sobre Distribuição de Prêmios](#).

Quanto tempo leva para o concurso ser autorizado

Envie a requisição com no mínimo 40 dias de antecedência antes do início do concurso. Por lei, o órgão pode levar até 60 dias para responder com a autorização. Mas especialistas afirmam que em média o tempo de espera é de 15 a 20 dias se o concurso estiver com todos os pré requisitos atendidos. Caso não esteja, será solicitado alterações durante a avaliação.

Como será feita a fiscalização dos concursos

A fiscalização das promoções e concursos será realizada pela Caixa Econômica Federal, quando o concurso for para empresas que não são instituições financeiras, ou pela própria Secretaria de Acompanhamento Econômico.

Segundo o Governo, “a Seae e a Caixa dispõem de plano de fiscalização para verificação, por amostragem, das campanhas ou ainda por força de denúncia, caracterizada por indícios robustos de irregularidade”.

O Ministério da Fazenda informou que “principalmente” observa se o prêmio acordado foi entregue ao vencedor, se não houve manipulação do resultado, se foram cumpridas todas as regras do regulamento da promoção, se os impostos foram efetivamente recolhidos, se não foi descumprido nenhum direito do consumidor, entre outros aspectos.

“A portaria é resultado de estudos realizados em conjunto com a Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN) nos últimos meses para aprimoramento da legislação”, concluiu o governo federal.

Qual a punição para concursos irregulares

Caso seu concurso ou promoção descumpra alguma resolução das novas regras, a multa aplicada será de até 100% do valor dos prêmios oferecidos e/ou proibição de realização de promoção ou concurso comercial por até 2 (dois) anos.

Consultoria Estratégica

Se já era importante uma empresa contar com profissionais qualificados para sua atuação nas mídias sociais, agora a necessidade é ainda maior, uma vez que uma simples promoção ou concurso pode acarretar, além de perda financeira considerável, suspensão dos direitos de realizar promoções por até 2 anos.

A agência Tec Triade Brasil está preparada para prestar todos os serviços necessários para garantir uma boa e correta atuação de empresas e instituições nas mídias sociais. Conheça nossas [soluções em mídias sociais](#) e fique à vontade para entrar em contato conosco.

Novas regras dos Concursos: Nota Oficial na íntegra

Portaria nº. 422, de 18 de julho de 2013

Publicada no Diário Oficial da União em 22 de julho de 2013

Identifica hipóteses de comprometimento

do caráter exclusivamente artístico, cultu-

ral, desportivo ou recreativo de concurso

destinado à distribuição gratuita de prêmios a que se referem a Lei nº 5.768, de 20 de dezembro de 1971, e o Decreto nº 70.951, de 9 de agosto de 1972.

O **MINISTRO DE ESTADO DA FAZENDA**, no uso das atribuições que lhe confere o art. 87, parágrafo único, inciso II, da Constituição e tendo em vista o disposto no art. 3º, inciso II, da Lei nº 5.768, de 20 de dezembro de 1971, no art. 27, inciso XII, alínea "i", item nº 1, da Lei nº 10.683, de 28 de maio de 2003, e no art. 30 do Decreto nº 70.951, de 9 de agosto de 1972, resolve:

Art. 1º O pedido de autorização para a realização de distribuição gratuita de prêmios a título de propaganda, quando efetuada mediante sorteio, vale-brinde, concurso ou modalidade assemelhada, a que se refere a Lei nº 5.768, de 20 de dezembro de 1971, deverá ser apresentado à Secretaria de Acompanhamento Econômico do Ministério da Fazenda ou à Caixa Econômica Federal, nos termos do disposto no art. 15 da Portaria MF nº 41, de 19 de fevereiro de 2008.

Parágrafo único. Independe de autorização prévia a distribuição gratuita de prêmios, quando efetuada mediante concurso exclusivamente artístico, cultural, desportivo ou recreativo, nos termos do inciso II do art. 3º da Lei nº 5.768, de 1971, e do art. 30 do Decreto nº 70.951, de 9 de agosto de 1972.

Art. 2º Fica descaracterizado como exclusivamente artístico, cultural, desportivo ou recreativo o concurso em que se consumir a presença ou a ocorrência de ao menos um dos seguintes elementos, além de outros, na medida em que configurem o intuito de promoção comercial:

I – propaganda da promotora ou de algum de seus produtos ou serviços, bem como de terceiros, nos materiais de divulgação em qualquer canal ou meio, ressalvada a mera identificação da promotora do concurso;

II – marca, nome, produto, serviço, atividade ou outro elemento de identificação da empresa promotora, ou de terceiros, no material a ser produzido pelo participante ou na mecânica do concurso, vedada, ainda, a identificação no nome ou chamada da promoção;

III – subordinação a alguma modalidade de álea ou pagamento pelos concorrentes, em qualquer fase do concurso;

IV – vinculação dos concorrentes ou dos contemplados com premiação à aquisição ou uso de algum bem, direito ou serviço;

V – exposição do participante a produtos, serviços ou marcas da promotora ou de terceiros, em qualquer meio;

VI – adivinhação;

VII – divulgação do concurso na embalagem de produto da promotora ou de terceiros;

VIII – exigência de preenchimento de cadastro detalhado, ou resposta a pesquisas, e de aceitação de recebimento de material publicitário de qualquer natureza;

IX – premiação que envolve produto ou serviço da promotora;

X – realização de concurso em rede social, permitida apenas sua divulgação no referido meio;

XI – realização de concurso por meio televisivo, mediante participação onerosa; e

XII – vinculação a eventos e datas comemorativas, como campeonatos esportivos, Dia das Mães, Natal, Dia dos Namorados, Dia dos Pais, Dia das Crianças, aniversário de Estado, de Município ou do Distrito Federal e demais hipóteses congêneres.

Parágrafo único. Descaracterizam igualmente o concurso como exclusivamente artístico, cultural, desportivo ou recreativo os casos em que a inscrição ou a participação forem:

I – efetuadas por meio de ligações telefônicas ou de serviço de mensagens curtas (em inglês, "Short Message Service – SMS") oferecido por operadora de telefonia denominada móvel ("celular");

II – subordinadas à adimplência com relação a produto ou serviço ofertado pela promotora ou terceiros; ou

III – exclusivas para clientes da promotora ou de terceiros.

Art. 3º Uma vez descaracterizado o concurso como exclusivamente artístico, cultural, desportivo ou recreativo, a distribuição gratuita de prêmios mediante concurso passa a ser regida pela Lei nº 5.768, de 1971, e sua regulamentação, e a empresa promotora fica sujeita às penalidades previstas no art. 12 da referida Lei, sem prejuízo de outras sanções cabíveis.

Art. 4º Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

GUIDO MANTEGA

Ministro de Estado da Fazenda

Concursos e Promoções no Facebook

O Facebook sempre demonstrou preocupação com a realização de concursos e promoções. Infelizmente mais de 90% das empresas realizam concursos ILEGAIS no Facebook ou por desconhecimento, ou por querer assumir os riscos, ou até mesmo por incapacidade técnica e/ou criativa.

Veja abaixo as regras do Facebook para concursos e promoções:

- i. As promoções no Facebook devem ser administradas por meio de Aplicativos no Facebook.com, seja em páginas normais ou um aplicativo de página.
- ii. As promoções no Facebook devem incluir o seguinte:
 - a. Um resumo completo do Facebook para cada participante.
 - b. Reconhecimento de que a promoção não é, de maneira nenhuma, patrocinada ou administrada por ou em associação ao Facebook.
 - c. Aviso de que o participante está divulgando informações para *[nome do destinatário das informações]* e não para o Facebook.
- iii. Você não deve fazer com que o registro ou a entrada em uma promoção dependa de uma ação do usuário ao usar qualquer recurso ou funcionalidade do Facebook que não seja curtir uma página, fazer check-in em um local ou conectar-se ao seu aplicativo. Por exemplo, você não deve fazer com que o usuário se registre ou entre em uma promoção ao curtir uma publicação no mural ou ao comentar ou enviar uma foto em um mural.
- iv. Você não deve usar os recursos ou as funcionalidades do Facebook como um registro ou mecanismo de entrada da promoção. Por exemplo, o ato de “curtir” uma página ou fazer check-in em um local não pode fazer com que um participante registre-se ou entre automaticamente em uma promoção.
- v. Você não deve usar os recursos ou as funcionalidades do Facebook, como o botão Curtir, como um mecanismo de votação para uma promoção.
- vi. Você não deve notificar ganhadores por meio do Facebook, seja por mensagens, bate-papo, publicações em perfis (linhas do tempo) ou páginas do Facebook.
- vii. Definições:
 - a. Por “administração” queremos dizer a operação de qualquer elemento da promoção, como coletar entradas, resolver um empate, julgar entradas ou notificar vencedores.
 - b. Por “comunicação” queremos dizer a promoção, a propaganda ou as referências à uma promoção de qualquer maneira no Facebook, por exemplo, em anúncios, em uma página ou em uma publicação no mural.

Reservamo-nos o direito de rejeitar ou remover páginas por qualquer motivo. Estes termos estão sujeitos a alteração a qualquer momento.