

## **E-mail marketing ganha código de regulamentação e conduta**

*Em planejamento desde maio de 2008, iniciativa busca promover maior  
profissionalização do e-mail marketing e incentivo às boas práticas*

Associações e representantes dos provedores, do setor de marketing, das empresas anunciantes e dos consumidores com a anuência do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), anunciam a publicação da versão oficial do *Código de Autorregulamentação para a prática de E-Mail Marketing* (CAPEM). Trata-se de uma iniciativa que visa à criação de normas técnicas e mecanismos para promover o bom uso do e-mail marketing, com a finalidade de incentivar o profissionalismo e a eficácia no uso da ferramenta.

Segundo Jaime Wagner, conselheiro representante dos provedores de acesso e conteúdo da Internet no CGI.br, não havia uma distinção clara entre o e-mail marketing e o spam (mensagens não-solicitadas e indesejadas). “O código cria uma separação clara e abrangente do que é o e-mail marketing eticamente correto, definindo por exclusão o spam, o que contribuirá para a criação ou fortalecimento de departamentos especializados nos anunciantes e nas agências, assim como empresas que atuam neste segmento”, disse. Trata-se de uma regra de conduta para aqueles que prezam pela ética, mesmo não sendo uma exigência legislativa”, disse.

A regulamentação propõe a utilização do e-mail como ferramenta para divulgação de conteúdo comercial, informativo e de serviço. Entre as regras listadas no documento, estão: a aplicação do conceito *soft-opt-in*, que caracteriza o envio de mensagens a partir de prévia e comprovável relação comercial ou social entre o remetente e o destinatário, o envio de e-mails sem anexos — exceto certificação digital — e a disponibilidade de dois recursos para descadastramento, sendo um meio automático via link e uma alternativa de contato com a mesma finalidade. Outro requisito é a exigência de pelo menos mais um mecanismo de *opt out* comprovável pelo usuário além do tradicional botão de descadastramento.

Para a criação do código, foram conduzidas diversas reuniões desde maio de 2008, que contaram com a presença de 14 entidades representativas de anunciantes, provedores, consumidores e anuência do CGI.br. Em 13 de agosto deste ano, o Conselho Superior tomou posse. Sua responsabilidade é a de manter e atualizar o código, assim como promover o e-mail marketing eticamente correto. Esse conselho tem 180 dias para regulamentar o funcionamento e dar posse a um Conselho de Ética, que zelará pelo respeito ao código com o uso de medidas educativas e, em última instância, punitivas.

O processo de apreciação e qualificação de denúncias, notificação e acompanhamento de medidas corretivas por parte dos anunciantes, e eventuais sanções, devem ter início a partir de março de 2010.

Acesse o documento na íntegra no endereço [www.emailmarketinglegal.com.br](http://www.emailmarketinglegal.com.br)

**Assinam o Código de Autorregulamentação para a prática de E-Mail Marketing (CAPEM):**

| <b>Entidade</b>  | <b>Titular</b>                   | <b>Suplente</b>          |
|--|----------------------------------|--------------------------|
| <i>ABEMD - Associação Brasileira de Marketing Direto</i>                                   | Fernando Cirne                   | Edson Barbieri           |
| <i>ABRADI - Associação Brasileira das Agências Digitais</i>                                | Rodrigo de Almeida               | Jônatas Abbott           |
| <i>ABRANET - Associação Brasileira dos Provedores de Internet</i>                          | Eduardo Parajo                   | Carol Conway             |
| <i>ABRAREC - Associação Brasileira das Relações Empresa Cliente</i>                        | Stan Braz                        | Vitor Moraes             |
| <i>AGADI - Associação Gaúcha das Agências Digitais</i>                                     | Jônatas Abbott                   | Mário Witter             |
| <i>APADI - Associação Paulista das Agências Digitais</i>                                   | Cláudio Roberto Tucunduva Coelho | Marcelo Abdo             |
| <i>CGI.br - Comitê Gestor da Internet no Brasil</i>  | Jaime Barreiro Wagner            | Henrique Faulhaber       |
| <i>FECOMÉRCIO/RS - Federação do Comércio do Estado do Rio Grande do Sul</i>                | Flávio Roberto Sabbadini         | Renato Turk Faria        |
| <i>FECOMÉRCIO/SP - Federação do Comércio do Estado de São Paulo</i>                        | Renato Ópice Blum                | Rony Vaizof              |
| <i>FEDERASUL - Federação das Associações Comerciais e de Serviços do Rio Grande do Sul</i> | Rodrigo Azevedo                  | Jaime Barreiro Wagner    |
| <i>IAB - Interactive Advertising Bureau do Brasil</i>                                      | Walter Sabini Jr.                | Ari Meneghini            |
| <i>INTERNETSUL - Associação dos Provedores de Serviços e Informações da Internet</i>       | Rafael Sá                        | Jonathan Borges          |
| <i>PRO TESTE - Associação Brasileira de Defesa do Consumidor</i>                           | Sandro Leão                      | Polyanna Carlos da Silva |
| <i>SEPRORGS - Sindicato das Empresas de Informática do Rio Grande do Sul</i>               | Renato Turk Faria                | Edgar Serrano            |

**Sobre o Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br**

O Comitê Gestor da Internet no Brasil coordena e integra todas as iniciativas de serviços Internet no país, promovendo a qualidade técnica, a inovação e a disseminação dos serviços ofertados.

**Sobre o Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR – NIC.br**

O Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR — NIC.br (<http://www.nic.br/>) é uma entidade civil, sem fins lucrativos, que implementa as decisões e projetos do Comitê Gestor da Internet no Brasil. São atividades permanentes do NIC.br coordenar o registro de nomes de domínio — Registro.br (<http://www.registro.br/>), estudar, responder e tratar incidentes de segurança no

Brasil - CERT.br (<http://www.cert.br/>), estudar e pesquisar tecnologias de redes e operações — CEPTRO.br (<http://www.ceptro.br/>), produzir indicadores sobre as tecnologias da informação e da comunicação — CETIC.br (<http://www.cetic.br/>) e abrigar o escritório do W3C no Brasil (<http://www.w3c.br/>).

**Para mais informações, acesse: <http://www.cgi.br/www.s2.com.br> e <http://twitter.com/S2comunicacao>**

**Contatos para imprensa: S2 Comunicação Integrada**

Michele Gassi – [micheleg@s2.com.br](mailto:micheleg@s2.com.br)

Raquel Herrera – [raquel@s2.com.br](mailto:raquel@s2.com.br)

Veronica Cassavia – [veronicac@s2.com.br](mailto:veronicac@s2.com.br)

Ricardo Franzin – [rfranzin@s2.com.br](mailto:rfranzin@s2.com.br)

**Assessoria de Comunicação - NIC.br**

Caroline D’Avo – Assessora de Comunicação – [caroline@nic.br](mailto:caroline@nic.br)

Everton Teles Rodrigues – Assistente de Comunicação – [everton@nic.br](mailto:everton@nic.br)