



CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete do Deputado David Miranda – PSOL/RJ

REQUERIMENTO DE INFORMAÇÃO Nº , de 2020
(Do Sr David Miranda)

Requer ao Ministro de Estado das Comunicações complemento de informações pormenorizadas em resposta ao RIC 621/2020, sobre contratos e destinação de verbas de publicidade do Governo Federal nos últimos 12 (doze) meses.

Senhor Presidente,

Requeiro, com fundamento no art. 50, da Constituição Federal, e nos arts. 115 e 116, do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, que, ouvida a Mesa, seja encaminhado ao Senhor Ministro de Estado das Comunicações, Sr. Fabio Faria, o presente requerimento de complemento de informações pormenorizadas em resposta ao RIC 621/2020, acerca de todos os contratos e da destinação de verbas de publicidade – publicidade institucional e de utilidade pública, conforme IN nº 4/2010¹ da Secretaria de Comunicação – Secom, do Governo Federal, realizados nos últimos 12 (doze) meses.

Mais especificamente, solicitamos:

a) Em resposta do Requerimento 621/2020, à qual agradeço, a referida SECOM alegou não ter acesso aos relatórios enviados pelo Google com as páginas onde os anúncios do governo foram publicados. A Secretaria alega que isso não faz parte do contrato firmado. Desta forma, solicitamos, então, os documentos comprobatórios dos parâmetros fornecidos à plataforma Google Ad Sense para escolha dos sites que exibiram ou exibem anúncios publicitários do Governo Federal, em função ou não do público a ser atingido durante o mesmo período já mencionado (os últimos 12 meses). Ou seja, requeiro que sejam enviadas a esta Câmara dos Deputados os dados de “log” do sistema Google operado pela SECOM, já que a plataforma não tem como cumprir os contratos sem que a contratante explique o que quer, ou seja, a que tipo de público quer atingir ou por que meio quer atingir, além de outras informações que possam servir de parâmetro para o cumprimento dos serviços da Google Ad Sense.

¹http://www.secom.gov.br/orientacoes-gerais/publicidade/13_1293120586_instrucoes-normativa-no-4-de-21-12-10.pdf/view





CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete do Deputado David Miranda – PSOL/RJ

JUSTIFICATIVA

Como circulou amplamente em todo o país, o jornal Folha de S. Paulo publicou, no último dia 09 de maio, a matéria “**Publicidade de Bolsonaro na Previdência irrigou sites de jogos de azar e fakenews**”², onde revela planilhas da própria Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República (Secom) que indicam a destinação de verbas de publicidade do Governo Federal a sites de fakenews, jogo do bicho, infantis e a canal de apoio ao Presidente Jair Bolsonaro no YouTube, que veiculou propaganda da Reforma da Previdência em de 2019. As informações enviadas ao jornal, pela Lei de Acesso a Informação, referem-se apenas aos períodos de 6 de junho a 13 de julho de 2019 e de 11 a 21 de agosto de 2019, embora o jornal tenha solicitado período bem maior (01/01/19 a 10/11/19).

Segundo as planilhas da Secom, um dos sites de fake News que mais receberam anúncios (66.431) foi o Sempre Questione, que divulga desde desinformação na forma de teorias da conspiração sobre a pandemia de coronavírus, até alegados “flagrantes de Ovnis”. A campanha também foi veiculada em outros sites que disseminam desinformação, como o Diário do Brasil (36.551 anúncios). O canal Terça Livre TV, do YouTuber Allan dos Santos, recebeu por 1.447 anúncios, embora o mesmo tenha dito em depoimento a CPMI das Fake News, em novembro de 2019, não ter recebido qualquer recurso público: “Sou dono do maior portal conservador da América Latina e não recebo nenhum centavo do governo”. Recentemente, Allan dos Santos foi alvo de operação de busca e apreensão da Polícia Federal na investigação de fake News, juntamente com outras pessoas.

É no mínimo estranho que dos 20 canais de YouTube que mais veicularam anúncios da campanha da Nova Previdência no período informado, 14 destinam-se primordialmente ao público infanto-juvenil, como o canal Turma da Mônica e Planeta Gêmeas. O canal KidsFun foi um dos campeões em anúncios, com 469.777. Outro, o canal GetMovies, com 100% do conteúdo em russo, foi um dos que mais receberam anúncios: total de 101.532 impressões, conforme a tabela da Secom. Um claro e absurdo contrassenso para o qual não encontramos qualquer justificativa plausível.

A Secom contrata agências de publicidade, que compram espaços por meio do serviço GoogleAds para veicular campanhas em sites, canais do YouTube e aplicativos para celular. O serviço permite exibir anúncios em texto, imagem e vídeo, gerando lucro de acordo com a quantidade de cliques ou de visualizações. Usando os filtros do Google, o anunciante escolhe que tipo de público quer atingir, em que tipos de sites não quer que sua campanha seja veiculada e quais palavras-chave devem ser vetadas. É possível, assim, que o anunciante ou a agência de propaganda que o representa excluam, por exemplo, sites ou canais infantis, de conteúdo político, pornográfico ou ilegal. No final, o anunciante

²<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/05/verba-publicitaria-de-bolsonaro-irrigou-sites-de-jogos-de-azar-e-de-fake-news-na-reforma-da-previdencia.shtml>



* C 0 2 0 0 1 2 5 7 4 8 4 0 0 *



CÂMARA DOS DEPUTADOS
Gabinete do Deputado David Miranda – PSOL/RJ

recebe relatório sobre seus anúncios, informando todos os sites, aplicativos e canais do YouTube que veicularam a campanha publicitária contratada.

O Secretário Especial de Comunicação Social, [Fábio Wajngarten](#), tem desmentido as informações acima, dizendo que não tem como saber os sites onde o Google coloca os anúncios do governo³. Entretanto, conforme mostra imagem anexada ao corpo das perguntas que compõem este requerimento, há o depoimento de um especialista em anúncios comprovando a possibilidade, corroborado por vários outros que podem ser visto acessando-se o post original no Twitter. De maneira que se faz urgente uma explicação detalhada da Secretaria de Comunicação a respeito deste que parece ser um grande escândalo de manipulação de opinião por parte do governo federal.

Em resposta do Requerimento 621/2020, à qual agradecemos, a referida SECOM alegou não ter acesso aos relatórios enviados pelo Google com as páginas onde os anúncios do governo foram publicados. A Secretaria alega que isso não faz parte do contrato firmado. Desta forma, cumpre-nos solicitar, então, os documentos comprobatórios dos parâmetros fornecidos à plataforma para escolha dos sites que veiculariam os anúncios publicitários, em função ou não do público a ser atingido, visto que a plataforma não tem como cumprir os contratos sem que a contratante explique o que quer, ou seja, a que tipo de público quer atingir ou por que meio quer atingir, além de outras informações que possam servir de parâmetro para o cumprimento dos serviços da Google Ad Sense. Desta forma, possibilita-se análise mais completa do material já enviado em resposta ao RIC 621/2020.

Sala das Sessões, 14 de agosto de 2020.

**Deputado David Miranda
PSOL/RJ**

³<https://jc.ne10.uol.com.br/politica/2020/06/5611369-governo-nao-escolhe-sites-em-publicidade-oficial--diz-secretario-de-comunicacao-social-da-presidencia-da-republica.html>



* C D 2 0 0 1 2 5 7 4 8 4 0 0 *