



MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

OFÍCIO Nº 295/2020/GABIN/SECOM/SEGOV/PR

Brasília, 11 de setembro de 2020.

A Sua Excelência a Senhora
SORAYA SANTOS
Deputada Federal
Primeira-Secretária da Câmara dos Deputados
Palácio do Congresso Nacional - Anexo I da Câmara dos Deputados - Térreo - Sala 02
70160-900 Brasília/DF

Assunto: Requerimento de Informação nº 832/2020.

Senhora Primeira-Secretária,

Em atenção ao Ofício 1^aSec/RI/E/nº 1391/2020 (SEI 2066305), que trata do Requerimento de Informação nº 832/2020, de autoria do Deputado Federal MARCELO CALERO, e solicita *"informações a respeito dos dados sobre financiamento de campanhas publicitárias do Governo na internet"*, encaminho a Nota Informativa nº 45 (2093679) que trata dos subsídios enviados pelo então Departamento de Mídia e Promoção deste Ministério, bem como a Planilha 2093676, que compõe a resposta.

Permanecemos à disposição para esclarecimentos adicionais, se necessário.

Atenciosamente,

FÁBIO FARIA
Ministro de Estado das Comunicações



Documento assinado eletronicamente por **FABIO SALUSTINO MESQUITA DE FARIA - Ministro de Estado das Comunicações, Usuário Externo**, em 14/09/2020, às 17:17, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.



A autenticidade do documento pode ser conferida informando o código verificador **2113040** e o código CRC **3F06F3AF** no site:
https://sei-pr.presidencia.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0

Referência: Caso responda este Ofício, indicar expressamente o Processo nº 00170.001805/2020-71

SEI nº 2113040

Palácio do Planalto, 2º andar — Telefone: (61) 3411-4837
CEP 70150-900 Brasília/DF - <https://www.gov.br/planalto/pt-br>

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES
Secretaria Especial de Comunicação Social
Secretaria de Gestão e Controle
Departamento de Gestão e Normas
Coordenação-Geral de Orientações Normativas para Comunicação e Contratos

Nota Informativa nº 45/2020/CGNOR/DEGEN/SGC/SECOM

Assunto: **Requerimento de Informação nº 832/2020 – Marcelo Calero**

Resumo

1. Trata-se do Ofício 1ª Sec/RI/E/nº 1391 (2066305), de 10 de agosto de 2020, por meio do qual a Primeira-Secretária da Mesa da Câmara, Deputada **Soraya Santos**, encaminha o Requerimento de Informação nº 832/2020 (2062971), de 20 de julho de 2020, de autoria do Deputado Federal **Marcelo Calero**, que requer ao Ministro das Comunicações “**informações a respeito dos dados sobre financiamento de campanhas publicitárias do Governo na internet.**”.

Competência

2. Nos termos do inciso IV, do artigo 30 do Decreto nº 9.980, de 20 de agosto de 2019, compete ao Departamento de Gestão e Normas (DEGEN), com participação da área técnica, apoiar o atendimento a requerimentos de informação formulados pelo Poder Legislativo federal sobre assuntos relativos à área de competência da Secretaria Especial de Comunicação Social (SECOM).

Informações Iniciais

3. Em 10.08.2020, a Primeira Secretaria encaminhou ao Ministro das Comunicações, por meio do Ofício 1ª Sec/RI/E/nº 1391 (2066305), o Requerimento de Informação nº 832/2020 (2062971), de 20.7.2020, de autoria do referido parlamentar, o qual, desta feita, requer “**informações a respeito dos dados sobre financiamento de campanhas publicitárias do Governo na internet.**”.

4. Em 17.08.2020 a Assessoria Parlamentar do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações – MCTI, tendo recebido o Ofício acima mencionado com o respectivo Requerimento, o encaminhou, por meio do Memorando nº 10170/2020/MCTI (2066307), ao Secretário Especial de Comunicação Social - SECOM, com vistas a providenciar as informações solicitadas pelo Deputado Federal.

5. Dada a natureza do assunto, o Diretor do DEGEN, em 19.08.2020, considerou pertinente solicitar, por meio do Despacho CGNOR (2069160), subsídios ao Departamento de Mídia e Promoção (DEMIP), da Secretaria de Publicidade e Promoção, de modo a subsidiar a resposta a ser dada ao parlamentar pelo senhor Ministro de Estado das Comunicações, tendo em vista que, conforme preceitua o inciso III, art. 28 do Decreto 9.980/2019, compete ao referido Departamento “**gerenciar o planejamento e a execução de mídia das ações publicitárias executadas pela Secretaria Especial de Comunicação Social**”.

Questões Formuladas no Requerimento de Informações

6. Conforme acima relatado, o Requerimento solicita “**informações a respeito dos dados sobre financiamento de campanhas publicitárias do Governo na internet.**”, cujas questões transcreve-se abaixo:

- 1 . *Tendo em vista as campanhas publicitárias administradas pela Secretaria de Comunicação e que foram divulgadas na internet, quais sites (sítios eletrônicos) contaram com anúncios e/ou peças publicitárias do órgão? Requisitamos que seja enviada a relação tanto de sites quanto de aplicativos que contaram com anúncios e/ou peças publicitárias ao longo dos anos de 2019 e 2020, discriminando, também, o emprego da plataforma de veiculação e os valores de cada contrato.*
- 2 . *A Secretaria de Comunicação possui algum tipo de controle para impedir a publicação de anúncios e/ou peças publicitárias em sites não confiáveis? Caso positivo, quais são os critérios que o Governo utiliza para classificar um site como não confiável?*
- 3 . *Quais são as ações da Secretaria de Comunicação para combater a publicidade em sites de notícias falsas?*

Justificativas

7. A título de justificação do Requerimento de Informação nº 832/2020, o parlamentar esclarece que:

Reportagem recente do Jornal O Globo aponta recusa por parte da Secretaria de Comunicação Social (Secom), cujas competências foram designadas ao Ministério das Comunicações, por meio da recente Medida Provisória 980/2020, em compartilhar dados acerca de campanhas publicitárias do órgão na internet.

Os dados requisitados teriam sido liberados pela Controladoria Geral da União (CGU). A motivação para o pedido teria sido a constatação, via Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI) que apura a utilização de notícias falsas. De acordo com dados de relatório da CPMI, a Secom teria mobilizado recursos públicos para o pagamento de mais de 2 milhões de anúncios.

Após a publicação do relatório, a secretaria teria passado a indeferir o acesso aos dados de publicidade por meio da Lei de Acesso à informação, alegando dificuldades técnicas. Todavia, as requisições são completamente legítimas, visando apurar se houve financiamento de sites destinados à pirataria, apostas online e jogo do bicho com verbas do erário.

Acompanhamos com preocupação a falta de transparência na divulgação de gastos detalhados do Governo, sendo a fiscalização do Executivo uma das mais importantes atribuições do Poder Legislativo, de acordo com a Constituição de 1988 e com as teorias de divisão dos poderes. Requisitamos, portanto, o encaminhamento de informações acerca de anúncios do Governo Federal em aplicativos e sites de apostas e jogos de azar, bem como nos que violam direitos autorais e transmitem de maneira irregular as programações de TV a cabo.

Respostas - subsídios fornecidos pela área técnica

8. Em atendimento à solicitação contida no Despacho CGNOR (2069160), o Departamento de Mídia e Promoção, por meio do Despacho (2084337), encaminhou as seguintes respostas e esclarecimentos a cada questão apresentada:

- 1 . *Tendo em vista as campanhas publicitárias administradas pela Secretaria de Comunicação e que foram divulgadas no internet, quais sites (sítios eletrônicos) contaram com anúncios e/ou peças publicitárias do órgão?*

Preliminarmente, esclarecemos que as ações de divulgação, autorizadas por esta Secretaria, são concebidas e executadas pelas agências de publicidade contratadas de acordo com a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

As agências de publicidade são responsáveis para a concepção da ação de divulgação e pela elaboração dos planejamentos estratégicos e táticos. Para cada ação de divulgação são elaborados os respectivos estudos e neles são empregados critérios técnicos para a seleção de meios e veículos que seguem as orientações da Instrução Normativa Secom nº 02, de 20 de abril de 2018 (<http://www.secom.gov.br/acesso-a-informacao/legislacao/arquivos-de-instrucoes-normativas/in2-secom-20-04-2018.pdf>). O conjunto de informações dos estudos técnicos e diretrizes normativas fazem parte dos insumos para concepção de campanhas publicitárias. É no planejamento estratégico e tático que são definidos os formatos publicitários, tempos e espaços nos veículos de divulgação que permitem o alcance do público-alvo descrito em *briefing* - relato do problema de comunicação a ser enfrentado pela campanha publicitária.

O *briefing* contempla, também, informações sobre o período da ação de divulgação, orçamento a ser investido com a produção publicitária e com a veiculação, a abrangência populacional a ser alcançada nos esforços de mídia e de outras variáveis que possam auxiliar o desenvolvimento e a concepção, tanto da parte conceitual e criativa da ação publicitária, quanto do planejamento de mídia.

A demonstração da estratégia a ser utilizada e do plano de mídia, com a descrição da tática de divulgação, na qual constam os veículos, as especificações dos formatos das peças publicitárias, os segmentos de públicos e a abrangência populacional da ação de divulgação, são apresentadas pelas agências de publicidade a esta Secretaria para fins de aprovação e autorização de sua execução, com obediência às orientações do Manual de Procedimentos das Ações de Publicidade, aprovado pela Portaria Secom nº 098, de 21 de julho de 2016 (<http://www.Secom.gov.br/orientacoes-gerais/publicidade/manual-de-publicidade-final-dou.pdf>).

Para os veículos ou outros meios de divulgação com atuação na Internet, principalmente aqueles que empregam tecnologia de automação da veiculação, inclusive os inovadores digitais, no momento da realização do cadastro são exigidos termos de compromisso para resguardar o anunciante governamental quanto à veiculação em sítios eletrônicos com conteúdos impróprios, em observância aos direitos individuais e dos princípios constitucionais da legalidade, impensoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

Esclareço que as plataformas inovadoras digitais oferecem a possibilidade de ampliar rapidamente a cobertura e a frequência de uma programação de mídia, alcançando públicos que não foram impactados nos demais meios de divulgação; ou oferecem novas oportunidades de contato com aproveitamento da interação, característica própria do meio digital, possibilitando o aprofundamento e o entendimento do tema.

Vale esclarecer, que os formatos de compras nas plataformas digitais, a exemplo do Google Ads, exigem interação do usuário com a peça exposta, seja por meio de clique (compra por clique) ou visualização do vídeo na íntegra. Em outras palavras, significa dizer que, se o anúncio for exibido na página da Internet e o usuário não executou a ação de clicar, ou se o vídeo da campanha foi iniciado e foi rejeitado antes do fim de sua execução na totalidade, não há cobrança de valores para o anunciante. Os pagamentos só são realizados mediante comprovação da exibição por meio de relatórios e do cumprimento dos parâmetros inicialmente autorizados.

Chamo a atenção para o fato de que as plataformas digitais têm mecanismos de inteligência artificial e algoritmos de programação, que atuam para indicar os conteúdos nos quais foram associados à campanha e tiveram consumo por pessoas com hábitos similares ao público definido em *briefing*. A própria ferramenta é constituída de mecanismos de proteção e auditorias internas com o propósito de atender aos princípios legais da publicidade na Internet.

Cabe reiterar que o objeto da contratação realizado pelas agências de publicidade, que prestam serviços à esta Secretaria, se materializa na exibição dos anúncios para o público-alvo da ação de divulgação. No processo de prestação de contas, não estão relacionados os locais de sua exibição na Internet, mas tão somente os detalhes originalmente especificados para aquisição dos espaços publicitários, configurados em quantidade de cliques ou visualizações recebidas na peça determinada para a veiculação, para os perfis da Internet com aderência as características de público-alvo da campanha exibida. Os dados solicitados neste Requerimento de Informação não fazem parte dos processos administrativos desta Secretaria.

Feito os esclarecimentos, em atendimento à solicitação, segue a lista de veículos/empresas na Internet programados nas ações desta Secretaria, contratados pelas agências de publicidade, conforme legislação e contratos vigentes, referentes ao período de 2019 e 2020, arquivo 2093676.

2 . A Secretaria de Comunicação possui algum tipo de controle para impedir a publicação de anúncios e/ou peças publicitárias em sites não confiáveis? Caso positivo, quais são os critérios que o Governo utiliza para classificar um site como não confiável?

Há de ser observar as obrigações contratuais estabelecidas por esta Secretaria com as agências de publicidade, as quais descemos os itens abaixo citados:

5.1.10.1 A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de comunicação e de divulgação, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente tiver sido por ela expressamente autorizada.

5.1.10.1.1 A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da CONTRATADA sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos nos planejamentos de mídia que apresentará, para as ações publicitárias que serão executadas durante a vigência deste contrato.

5.1.10.1.2 Quando da programação de veículo de comunicação e de divulgação online, a CONTRATADA obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da CONTRATANTE em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.

5.1.27 Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de comunicação e de divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos, perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

5.1.31. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados, prepostos ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato. (Destaque nossos)

Da mesma forma, as empresas contratas pelas agências de publicidade cumprem regras de contratação em consonância com as práticas do mercado publicitário e determinações expressas na Lei nº 4.680 de 18/06/1965 e de sua regulamentação por meio do Decreto nº 57.690 de 01 de fevereiro de 1966.

Imperioso reiterar que o objeto da contratação realizado pelas agências de publicidade que prestam serviços à esta Secretaria, se materializa na exibição dos anúncios para o público-alvo da ação de divulgação. No processo de prestação de contas, não estão relacionados os locais de sua exibição na Internet; constam os detalhes especificados e aprovados, conforme documentação processual sobre a aquisição dos espaços publicitários, configurados em quantidade de cliques ou visualizações recebidas na peça determinada para a veiculação, para os perfis da Internet com aderentes às características de público-alvo da campanha exibida, descrito no briefing.

Cabe reforçar que, em nenhuma campanha autorizada por esta Secretaria, houve direcionamento quanto ao local da exibição do anúncio, mas para qual indivíduo/perfil da Internet deveria receber a mensagem da campanha, por meio da oportunidade de sua exibição, conforme o hábito de navegação na Internet.

Importante, também, salientar a política adotada pela empresa Google que, expressamente, veda a exibição de anúncios em plataformas/canais/mídias com conteúdo considerado inadequados. Sobre esse afirmativa, recorremos às políticas adotadas por essa empresa na contratação de parcerias de produção de conteúdo na Internet, na qual é denominado Programa Google Adsense, citados abaixo:

O Google colabora para viabilizar uma Web gratuita e aberta ajudando os editores a gerar receita com o conteúdo e os anunciantes a alcançar clientes em potencial usando serviços e produtos úteis e relevantes. Para manter a confiança no ecossistema de anúncios, é necessário estabelecer limites sobre o que pode gerar receita.

Ao gerar receita com seu conteúdo usando o código de anúncio do Google, você precisa obedecer às políticas a seguir. "Conteúdo" significa qualquer coisa que esteja presente na sua página ou aplicativo, incluindo anúncios e links para outros sites ou

apps. Deixar de cumprir essas políticas pode fazer com que o Google bloqueie a exibição de anúncios no seu conteúdo, suspenda ou encerre sua conta.

Essas restrições se aplicam a todas as outras políticas que regem o uso de produtos para editores do Google.

Conteúdo ilegal

Não permitimos conteúdo que:

- seja ilegal, promova atividades ilegais ou infrinja os direitos legais de terceiros.*

Abuso de propriedade intelectual

Não permitimos conteúdo que:

• viole direitos autorais. Faz parte da nossa política responder a acusações de supostas violações da Lei de Direitos Autorais do Milênio Digital (DMCA). Você pode registrar uma contra notificação por meio deste formulário;

• venda ou promova a venda de produtos falsificados. Esses itens contêm um logotipo ou uma marca registrada idêntica ou com diferenças mínimas em relação à marca verdadeira. Eles imitam as características da marca para tentar se passar por produtos originais do proprietário.

Espécies ameaçadas ou com risco de extinção

Não permitimos conteúdo que:

- promova a venda de produtos obtidos de espécies ameaçadas ou em risco de extinção.*

Exemplos: venda de tigres, barbatanas de tubarão, marfim de elefantes, peles de tigres, chifres de rinocerontes, óleo de golfinho

Conteúdo perigoso ou depreciativo

Não permitimos conteúdo que:

- promova discriminação, deprecie ou incite o ódio contra um indivíduo ou um grupo com base em raça ou origem étnica, religião, deficiência, idade, nacionalidade, condição de veterano de guerra, orientação sexual, sexo, identidade de gênero ou outras características associadas à marginalização ou discriminação sistêmicas;*

Exemplos: promover grupos de ódio ou produtos desses grupos, incentivar outras pessoas a acreditar que um indivíduo ou um grupo é desumano, inferior ou digno de ser odiado

- assedie, intimide ou opima um indivíduo ou grupo;*

Exemplos: isolar alguém por abuso ou assédio, sugerir que um evento trágico não aconteceu ou que as vítimas ou suas famílias sejam atores ou cúmplices em acobertar o evento

- inclua ameaças ou incite a violência física ou mental contra si mesmo ou outras pessoas;*

Exemplos: incitação ao suicídio, anorexia ou outra forma de automutilação; promoção ou incitação a práticas médicas prejudiciais à saúde; ameaças a alguém com danos reais ou incitação ao ataque a outra pessoa; promoção, exaltação ou aceitação de violência contra outras pessoas; conteúdo criado para apoiar grupos terroristas ou organizações de tráfico internacional de drogas, ou feito por esses grupos, ou que promove atos terroristas, incluindo recrutamento ou celebração de ataques realizados por organizações terroristas ou de tráfico de drogas

- explore outras pessoas por meio de extorsão;*

Exemplos: diversos tipos de chantagem, pornografia de vingança

Permitir comportamento desonesto

Não permitimos conteúdo que:

- ajude os usuários a enganar outras pessoas;*

Exemplos: criação de documentos falsos ou falsificados, como passaportes, diplomas ou credenciamento; venda ou distribuição de trabalhos acadêmicos, serviços de elaboração de trabalhos ou realização de exames; informações ou produtos para passar em testes de drogas

- *promova qualquer forma de conteúdo relacionado a atividades de hackers e crackers e/ou forneça aos usuários instruções ou equipamentos que falsifiquem ou permitam acesso não autorizado a softwares, servidores ou sites.*

Exemplos: páginas ou produtos que permitam acesso ilegal a celulares e outros sistemas ou dispositivos de comunicação ou envio de conteúdo; produtos ou serviços que ignorem a proteção de direitos autorais, incluindo a violação de tecnologias de gerenciamento de direitos digitais; produtos que decifrem ilegalmente sinais de satélite ou a cabo para obter serviços gratuitos; páginas que auxiliem ou permitam o download de streaming de vídeo, caso isso seja proibido pelo provedor do conteúdo

Conteúdo enganoso

Não permitimos conteúdo que:

- *faça declarações falsas, contenha descrições enganosas ou omita informações sobre você, seu conteúdo e o objetivo principal do seu destino da Web;*
- *incentive os usuários a interagir com o conteúdo sob pretextos falsos ou imprecisos;*
- *envolva a prática de phishing para conseguir informações dos usuários;*
- *promova conteúdo, produtos ou serviços usando promessas falsas, desonestas ou enganosas;*

Exemplo: esquemas para "ganhar dinheiro rápido"

- *faça afirmações comprovadamente falsas e que possa prejudicar de forma significativa a participação ou a confiança no processo eleitoral ou democrático;*

Exemplos: informações sobre processos de votações públicas, qualificação de candidatos políticos com base na idade ou local de nascimento, resultados eleitorais ou dados do censo que contradizem os registros oficiais do governo

- *sugira, de forma falsa, afiliação ou apoio de outro indivíduo, organização, produto ou serviço;*

Exemplos: falsificação de produtos do Google, uso indevido de logotipos de empresas

- *engane os usuários por meio de mídias manipuladas relacionadas a política, questões sociais ou assuntos de interesse público;*
- *esteja relacionado a política, problemas sociais ou questões de interesse público voltados a usuários em outros países, se você deturpar ou ocultar seu país de origem ou outros detalhes relevantes sobre si mesmo.*

Software nocivo ou indesejado

Não permitimos conteúdo que:

- *contenha software malicioso ou "malware" que pode causar danos ou conseguir acesso não autorizado a um computador, dispositivo ou rede;*

Exemplos: vírus de computador, ransomware, worms, cavalos de Troia, rootkits, keyloggers, discadores, spyware, software de segurança invasor e outros programas ou aplicativos nocivos

- *viole a política de software indesejado do Google.*

Exemplos: não ser transparente sobre a funcionalidade que o software oferece ou sobre todas as implicações da instalação dele, não incluir os Termos de Serviço ou o Contrato de licença de usuário final, agrupar softwares ou aplicativos sem o conhecimento do usuário, fazer alterações no sistema sem o consentimento do usuário, dificultar a desativação ou desinstalação do software pelo usuário, não usar de maneira adequada as APIs públicas do Google ao interagir com serviços ou produtos do Google

*Conteúdo sexualmente explícito**Não permitimos conteúdo que:*

- inclua texto, imagem, áudio, vídeo ou jogos sexualmente explícitos;

Exemplos: atos sexuais, como sexo genital, anal e/ou oral; masturbação; quadrinhos pornográficos ou hentai; nudez explícita

- contenha temas sexuais não consensuais simulados ou reais;

Exemplos: estupro, incesto, zoofilia, necrofilia, pornografia com crianças, adolescentes ou com mortes reais (snuff) e encontros com menores

- possa ser interpretado como promoção de um ato sexual em troca de pagamento.

Exemplos: prostituição, serviços de acompanhantes, massagens íntimas e serviços similares, sites de carícias

*Serviços de noivas estrangeiras**Não permitimos conteúdo que:*

- facilite o casamento com um estrangeiro.

Exemplos: serviços de noivas estrangeiras, agentes matrimoniais internacionais, tours de romance

*Temas adultos em conteúdo familiar**Não permitimos conteúdo que:*

- seja aparentemente adequado para o público familiar, mas que inclua temas adultos (como sexo, violência ou outras representações de crianças ou personagens infantis conhecidos) inadequados para o público em geral.

*Material de abuso sexual infantil e pedofilia**Não permitimos conteúdo que:*

- promova a exploração sexual de menores.

Exemplos: imagens de abuso sexual infantil ou outro conteúdo que retrate, incentive ou promova a atração sexual de adultos por menores de idade

O Google proíbe terminantemente a monetização de conteúdo relacionado a imagens de abuso sexual infantil ou pedofilia. O Google sempre esteve à frente na luta contra o abuso infantil on-line, além de ser um ávido defensor de uma Internet segura para toda a família. De acordo com a lei federal dos Estados Unidos, as imagens de abuso sexual infantil são definidas como representações visuais de menores (isto é, pessoas com menos de 18 anos) envolvidos em atos sexuais como relação sexual, sexo oral ou masturbação, bem como representações vulgares dos genitais (cobertos ou descobertos). Essa definição engloba fotografias, vídeos, quadrinhos, desenhos, pinturas e esculturas. A imagem pode incluir uma criança real, uma criança criada por recursos de computador, a imitação de uma criança, uma imagem composta ou modificada de algum modo que se pareça com uma criança (por exemplo, no "Photoshop"). Isso também inclui abordar menores para atos sexuais, o que também é conhecido como "aliciamento". Pedofilia se refere a qualquer conteúdo ou comportamento (imagens, textos, vídeos etc.) que ilustre, incentive ou promova a atração sexual de adultos por menores de 18 anos.

Outro fato relevante a ser ressaltado se trata do posicionamento dos veículos/empresas de divulgação na busca de robustecer sua atuação, adotando processos de auditorias e rotinas de segurança, por meio de parcerias/contratações de serviços especializados em tecnologias de proteção da marca (*Brand Safety*¹) e de combate à fraude. Além do mais, em sua maioria, são certificadas por empresas de auditorias internas e externas, por terem participações societárias em bolsa de valores, para as quais são exigidos rigorosos processos de *compliance*².

A Secom, no cumprimento de sua função como órgão normatizador da comunicação social dos órgãos do poder executivo federal, em face das disposições do Decreto nº 9.980, de 20 de agosto de

2019 é gestora do Mídiacad - Cadastro de Veículos e Inovadores Digitais e exige dos veículos e empresas com atuação na Internet a apresentação de termo de compromisso em relação ao cumprimento das orientações da Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, que estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil.

3 . Quais são as ações da Secretaria de Comunicação para combater a publicidade em sites de notícias falsas?

Nos termos do Decreto nº 9.980/2019, ressaltamos que a Secom não dispõe de competência para a classificação do conteúdo editorial dos veículos de divulgação, para fins de manter e disseminar, tanto para as agências de publicidade contratadas, quanto aos órgãos/entidades do Sicom, listas com proibição ou mesmo para direcionamento de investimentos publicitários, sob pena de infringir os termos do art. 220 da Constituição Federal.

9. O DEMIP apresentou, ainda, a Planilha (2093676) como subsídio à resposta, a qual este Departamento anexa à presente Nota Informativa.

10. Vale ressaltar que na referida Planilha as informações foram compiladas a fim de que os dados sejam de fácil compreensão. Logo, as informações encontram-se dispostas da seguinte forma: identificação da agência de propaganda responsável pela execução, identificação da campanha publicitária desenvolvida, o meio de divulgação da ação, o tipo de plataforma, os dados do veículo (CNPJ, razão social e nome fantasia), o valor autorizado, o *status* do pagamento, bem como a data que este foi realizado à agência. Ainda, consta o número do registro da ação no sistema de execução da SECOM.

11. Por fim, é importante destacar, também, os esforços empreendidos pela SECOM para aprimorar a transparência ativa em seu site em que, já há algum tempo, contém informações detalhadas sobre a execução de todos os pagamentos gerados nos contratos sob sua gestão (<http://www.secom.gov.br/acesso-a-informacao/despesas/execucao-contratual-lei-12-232-2010>). A exemplo desse endereço, está sendo implementada página similar onde poderão ser consultadas informações sobre os planos de mídia encaminhados pelo SICOM para análise desta Secretaria Especial.

Encaminhamento

12. Balizados pelos subsídios fornecidos pela área técnica, sugerimos que, se aprovada a presente Nota, seja encaminhada, juntamente com a Planilha (2093676), ao Secretário Especial Adjunto, com o objetivo de subsidiar resposta a ser dada pelo senhor Ministro das Comunicações ao Requerimento de Informações nº 832/2020, do Deputado Federal **Marcelo Calero**.

13. Cabe lembrar que, nos termos do §2º, art. 50, da Constituição Federal de 1988, o prazo para atendimento aos pedidos de informação oriundos das casas legislativas é de 30 (trinta) dias, *in verbis*:

§ 2º As Mesas da Câmara dos Deputados e do Senado Federal poderão encaminhar pedidos escritos de informações a Ministros de Estado ou a qualquer das pessoas referidas no caput deste artigo, importando em crime de responsabilidade a recusa, ou o não - atendimento, no prazo de trinta dias, bem como a prestação de informações falsas.

14. Em face disso, a resposta a ser encaminhada pelo senhor Ministro à Primeira Secretaria da Mesa da Câmara, segundo o sítio <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2258033>, deverá ocorrer até 14 de setembro de 2020.

Brasília, 8 de setembro de 2020.

Atenciosamente,

IVANILDE HERCULANO DA SILVA ALVES
Assistente

OTTO CAVALCANTE MEDINA
Coordenador-Geral

De acordo, encaminhe-se ao Secretário de Gestão e Controle.

MARCELO AUGUSTO PASSOS CARDOSO
Diretor

De acordo, encaminhe-se ao Chefe de Gabinete desta SECOM para as providências subsequentes.

PETER ERIK KUMMER
Secretário



Documento assinado eletronicamente por **Ivanilde Herculano da Silva Alves, Assistente (GR IV)**, em 08/09/2020, às 17:47, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.



Documento assinado eletronicamente por **Otto Cavalcante Medina, Coordenador(a)-Geral**, em 08/09/2020, às 17:48, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.



Documento assinado eletronicamente por **Marcelo Augusto Passos Cardoso, Diretor(a)**, em 08/09/2020, às 17:53, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.



Documento assinado eletronicamente por **Peter Erik Kummer, Secretário de Gestão e Controle**, em 08/09/2020, às 17:56, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.



A autenticidade do documento pode ser conferida informando o código verificador **2093679** e o código CRC **5C2EC273** no site:
https://sei-pr.presidencia.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0