



MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES
Assessoria Especial de Assuntos Parlamentares

OFÍCIO Nº 6061/2020/MCOM

Brasília, 07 de outubro de 2020.

A Sua Excelência a Senhora
Deputada SORAYA SANTOS
Primeira-Secretária
Mesa Diretora da Câmara dos Deputados
Palácio do Congresso Nacional - Praça dos Três Poderes
CEP 70160-900 - Brasília/DF

Assunto: Resposta ao Ofício 1ª Sec/RI/E/nº 1440 - Requerimento de Informação nº 1015/2020.

Senhora Primeira-Secretária,

Faço referência ao Ofício 1ª Sec/RI/E/nº 1440, pelo qual V. Exa. encaminha a este Ministério cópia do Requerimento de Informação (RIC) nº 1015/2020, de autoria da Exma. Deputada Federal Luiza Erundina (PSOL/SP) e do Exmo. Deputado Ivan Valente (PSOL/SP), que solicitam a este Ministério das Comunicações informações sobre "contratos firmados com a empresa Google para a divulgação de propaganda, monitoramento de redes e outros serviços de acesso e divulgação de informações".

Em atendimento ao expediente referenciado, encaminho cópia da Nota Informativa nº 486/2020/MCOM e seus anexos, quais sejam o Despacho DEORP/SGC/SECOM e o Anexo de Pesquisas de Mídia, que fornecem os esclarecimentos solicitados.

Permanecemos à disposição para esclarecimentos adicionais, caso necessário.

Atenciosamente,

FÁBIO FARIA
Ministro

ANEXOS: Despacho DEORP/SGC/SECOM (5949033) e Anexo de Pesquisas de Mídia (5949119).



Documento assinado eletronicamente por **Fábio Salustino Mesquita de Faria, Ministro de Estado das Comunicações**, em 07/10/2020, às 18:25 (horário oficial de Brasília), com fundamento no art. 6º, § 1º, do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <http://sei.mctic.gov.br/verifica.html>, informando o código verificador **5958567** e o código CRC **A0C17C0C**.



Em caso de resposta a este Ofício, fazer referência expressa a: Ofício nº 6061/2020/MCOM - Processo nº 01245.004158/2020-09 - Nº SEI: 5958567

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES

Secretaria de Comunicação Institucional

Departamento de Gestão e Normas

NOTA INFORMATIVA Nº 486/2020/MCOM

Assunto: **Requerimento de Informação nº 1015/2020 – Deputados Luiza Erundina e Ivan Valente**

Referência: **processo de origem SEI/PR 00170.001805/2020-71**

Resumo

1. Trata-se do Ofício 1ªSec/RI/E/nº 1440 (5853350), de 31 de agosto de 2020 por meio do qual a Primeira-Secretária da Mesa da Câmara dos Deputados, Deputada Federal **Soraya Santos**, encaminha o Requerimento de Informação nº 1015/2020 (5801963), de 18 de agosto de 2020, de autoria dos Deputados Federais **Luiza Erundina e Ivan Valente**, em que requerem do Ministro das Comunicações **“informações sobre contratos firmados com a empresa Google para divulgação de propaganda, monitoramento de redes e outros serviços de acesso e divulgação de informações”**.

Competência

2. Nos termos do inciso XII, do artigo 12, da Estrutura Regimental do Ministério das Comunicações, aprovada pela Portaria nº 697/SEI-MCOM, de 10.09.2020, compete ao Departamento de Gestão e Normas (DEGEN), órgão da Secretaria de Comunicação Institucional – SECOM, com participação da área técnica, **“atuar junto às áreas intervenientes na elaboração de respostas aos requerimentos de informação formulados por cidadãos, pelos órgãos de controle interno e externo, pelo Poder Legislativo, pelo Poder Judiciário e pelo Ministério Público sobre assuntos relativos à comunicação social;”**

3. Assim, no presente caso, cabe ao Departamento de Mídia e Promoção da Secretaria de Publicidade e Promoção integrante dos órgãos específicos singulares do Ministério das Comunicações apresentar subsídios para respostas às questões formuladas pelo Deputado, tendo em vista que, conforme preceitua o inciso III, Art. 22 do Decreto nº 10.462/2020, compete ao referido Departamento **“III - gerenciar o planejamento e a execução de mídia das ações publicitárias executadas pelo Ministério;”**, bem como compete à Coordenação-Geral de Orientações Normativas para Comunicação, elaborar a presente Nota Informativa, conforme inciso V, art 14 da Portaria nº 697/SEI-MCOM, de 10.09.2020 **“V - elaborar notas informativas ou técnicas de modo a responder os requerimentos de informação formulados pelos órgãos de controle interno e externo, pelo Poder Legislativo Federal, pelo Poder Judiciário e pelo Ministério Público;”**.

Informações Iniciais

4. Em 4.09.2020 a Assessoria Parlamentar do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações – MCTI, tendo recebido o Ofício 1ª Sec/RI/E/nº 1440 (5853350) juntamente com o Requerimento de Informação nº 1015/2020 (5801963), de 18.8.2020, de autoria dos referidos parlamentares, o encaminhou, por meio do Memorando nº 11066/2020/MCTI (2112071), ao Secretário Especial de Comunicação Social - SECOM, com vistas a providenciar as informações solicitadas pelos Deputados Federais.

5. Dada a natureza do assunto, o Diretor do DEGEN, considerou pertinente solicitar, por meio do Despacho CGNOR, subsídios ao Departamento de Mídia e Promoção (DEMIP) em articulação com o Departamento de Orçamento e Referência de Preços – DEORP, de modo a subsidiar a resposta a ser dada aos parlamentares pelo senhor Ministro de Estado das Comunicações, tendo em vista o que preceitua o inciso XII, do artigo 12, da Estrutura Regimental do Ministério das Comunicações, aprovada pela Portaria nº 697/SEI-MCOM, de 10.09.2020

Questões Formuladas no Requerimento de Informações

6. Conforme acima relatado, o Requerimento de Informação versa sobre ***“informações sobre contratos firmados com a empresa Google para divulgação de propaganda, monitoramento de redes e outros serviços de acesso e divulgação de informações”***, conforme transcrições abaixo:

[...] acerca dos contratos firmados, pela agência de publicidade contratada pelo governo federal, com a empresa Google para divulgação de propaganda, monitoramento de redes e outros serviços de acesso e divulgação de notícias do governo federal, conforme mencionado em reportagem do site THE INTERCEPT BRASIL, publicada em 13/08/2020:

1. Razão social, CNPJ (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica), número e identificação do contrato do governo federal com a agência de publicidade que veicula propaganda por meio da empresa Google, compreendendo todo o ano de 2019 e 2020 (janeiro – agosto de 2020).

1.1 Se mais de uma agência é contratada para tal finalidade, identifica-las conforme solicitado (item 1 acima).

2. Valor exato que foi liberado à empresa Google no bojo do referido contrato (item 1 acima) por ano, a saber: valor liberado no ano completo de 2019 e valor liberado entre 1º de janeiro de 2020 até 14 de agosto de 2020.

2.1 Se mais de uma agência desempenha o objeto contratual acima mencionado, identificar os valores com o correspondente contrato e agência de publicidade, conforme solicitado (item 2 acima).

3. Solicitamos cópia integral dos contratos firmados, e eventuais aditivos, com a empresa Google, diretamente ou pela agência de publicidade, para a divulgação de propaganda, monitoramento de redes e outros serviços de acesso e divulgação de informações, desde 1º de janeiro de 2019 até 14 de agosto de 2020.

4. Encaminhamento de informações sobre o inteiro conteúdo dos relatórios ou estudos do corpo técnico que justificaram:

a) a necessidade da publicidade do governo federal ser veiculada nas redes sociais;

b) que a publicidade do governo federal nas redes sociais, entre outros instrumentos, fosse por meio do sistema da empresa Google através da veiculação de propaganda via Google AdSense.

5. Encaminhamento de cópia dos relatórios ou estudos técnicos referidos no item anterior (item 4 acima).

6. Encaminhamento de cópia do inteiro teor do processo licitatório e do contrato decorrente que foi fechado pelo governo federal para fins de publicidade envolvendo o sistema de publicidade fornecido pela empresa Google por meio da atividade na rede mundial de computadores (internet).

6.1 Se houve dispensa de licitação na hipótese acima, igualmente seja encaminhada cópia do processo licitatório com os atos, pareceres e relatórios técnicos que fundamentam tal tomada de decisão porque eles estão inclusos no solicitado processo licitatório.

7. Solicitamos o histórico de parâmetros utilizados por esse Ministério para o conhecimento de propaganda por meio da empresa Google (palavras-chave, termos de marcação algorítmica nos banners e todos os parâmetros para a escolha do público-alvo, como por exemplo, listas de positivação e de exclusão), bem como o histórico de termos e palavras chaves utilizados para o uso das ferramentas tanto de direcionamento como de monitoramento de redes disponibilizadas por aquela empresa (Google).

8. Solicitamos informações sobre o montante gasto com os referidos contratos, desde 1º de janeiro de 2019 até 14 de agosto de 2020.

9. Quais foram os critérios de escolha, fixação e direcionamento no sistema de anúncios do Google, uma vez que este permite que o cliente (no caso, o próprio governo, representado pelas agências de publicidade que contrata) direcione seus anúncios disponíveis diretamente no sistema?

9.1 Igualmente, quais foram os critérios de escolha, fixação e direcionamento no aludido sistema de anúncios do Google do perfil do público, bem como dos ajustes nos filtros a partir do chamado no jargão do mercado de listas de positivação e de exclusão?

10. Encaminhar o inteiro conteúdo dos relatórios ou estudos do corpo técnico que fixaram e/ou justificaram esses critérios de escolha, fixação e direcionamento (item 9 acima).

11. Durante a vigência do contrato, quantas e quais foram os relatórios do fiscal do contrato que apontou irregularidades e/ou descumprimento na condução do contrato?

11.1. Quais foram as medidas adotadas para sanar as irregularidades e descumprimento?

11.2 Encaminhamento de cópia dos respectivos relatórios do fiscal do contrato e medidas saneadoras.

12. Por fim, solicitamos o login da Presidência na ferramenta Google AdSense, bem como relatório produzido pela empresa demonstrando o histórico de uso dessa ferramenta, desde janeiro de 2019 até 14 de agosto de 2020.

Justificativas

7. A título de justificativa para o Requerimento de Informação nº 1015/2020, os parlamentares esclareceram que:

A Constituição Federal, no *caput* do art. 37, estabeleceu que a atuação da administração pública cinge-se pelos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência. No mesmo artigo, o §1º estabelece que a “publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.”

Tais parâmetros se mostram absolutamente necessários, notadamente no que diz respeito à distribuição de recursos relacionados à divulgação das atividades institucionais do governo nos diversos veículos de mídia, tarefa tanto a cargo do Ministério das Comunicações como da Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República, que, cada vez mais, tem se valido de meios tecnológicos oferecidos por empresas de alta tecnologia no ambiente virtual da rede mundial de computadores, tais como a Google.

Não obstante as obrigações estabelecidas pela própria Constituição Federal de 1988, informações sobre a estratégia de destinação de recursos com publicidade não são claras o suficiente, de modo a permitir que a sociedade exerça seu direito da ação governamental.

Há, portanto, legítimo interesse do contribuinte em conhecer essas estratégias de comunicação estabelecidas pelo governo, competindo a este Poder exercer suas competências para que a transparência e a objetividade governamental estejam asseguradas.

Respostas - subsídios fornecidos pela área técnica

8. Em atendimento à solicitação contida no Despacho CGNOR, o Departamento de Orçamento e Referências de Preços, por meio do Despacho (5949033) e o Departamento de Mídia e Promoção (5949058), encaminharam as seguintes respostas e esclarecimentos a cada questão apresentada:

Em atenção ao despacho nº 5949008, relativo aos subsídios para resposta ao RIC citado, temos os seguintes esclarecimentos:

1. Razão social, CNPJ (cadastro Nacional de Pessoa Jurídica), número de identificação do contrato do governo federal com a agência de publicidade que veicula propaganda por meio da empresa Google, compreendendo todo o ano de 2019 e 2020 (janeiro a agosto 2020).

As contratações de serviços especializados de publicidade e de veículos/empresas de divulgação, no âmbito desta Secretaria, são realizadas por intermédio das agências de publicidade, contratadas por processo licitatório na forma da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010. A SECOM mantém contratos vigentes com as agências de publicidade abaixo descritas:

ARTPLAN COMUNICAÇÃO S.A. - C.N.P.J. nº 33.673.286/0004-78;

CALIA/Y2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA. - C.N.P.J. nº 04.784.569/0002-27; e

PPR - PROFISSIONAIS DE PUBLICIDADE REUNIDOS LTDA - C.N.P.J. 05.411.322/0008-13.

Os contratos vigentes, para prestação de serviços de acordo com as competências institucionais desta Secretaria, podem ser consultados no endereço eletrônico: <http://www.secom.gov.br/aceso-a-informacao/licitacoes-e-contratos>

2. Valor exato que foi liberado à empresa Google no bojo do referido contrato, por ano, a saber: valor liberado no ano completo de 2019 e valor liberado entre 1º de janeiro de 2020 até 14 de agosto de 2020.

Os valores efetivamente pagos pelos serviços contratados e prestados pelas agências de publicidade com as quais a Secom mantém contratos (PPR - Profissionais de Publicidade Reunidos S.A.; Calia Y2 Propaganda e Marketing Ltda.; e Artplan Comunicação S/A.) constam das informações prestadas pelo DEORP por meio do despacho 2095446 e também podem ser consultados no endereço: <https://sistema2.planalto.gov.br/gestaosecom/liquidacao/pagamento/ordem-cronologica/>

2.1. Se mais de uma agência desempenha o objeto contratual acima mencionado, identificar os valores com o correspondente contrato e agência de publicidade, conforme solicitado (item 2, acima).

A informação prestada na resposta do item 2 atende à presente solicitação.

3. Cópia integral dos contratos firmados, e eventuais aditivos, com a empresa Google, diretamente ou pela agência de publicidade, para divulgação de propaganda, monitoramento de redes e outros serviços de acesso e divulgação de informações, desde 1º de janeiro de 2019 até 14 de agosto de 2020.

Os termos contratuais realizados entre a Google Internet Brasil e as agências de publicidade encontram-se disponíveis por meio do acesso <https://www.google.com/intl/pt-BR/adwords/select/TCBrazilForGoogleBrazil1108.html>.

A utilização da plataforma Google Ads é realizada por acesso individualizado pelos profissionais das agências de publicidade contratadas desta Secretaria. O acesso somente é permitido após o aceite de termos de uso que podem ser consultados por meio do acesso à página na Internet <https://policies.google.com/terms/archive/20171025?hl=pt-BR&gl=br>.

4. Encaminhamento de informações sobre inteiro conteúdo dos relatórios ou estudos do corpo técnico que justificaram:

a) a necessidade de publicidade do governo federal ser veiculada nas redes sociais;

Para melhor compreensão sobre a utilização das redes sociais em ações de publicidade desta Secretaria, deve ser considerado alguns aspectos conforme a seguir:

As ações de divulgação autorizadas por esta Secretaria seguem as orientações da Instrução Normativa Secom nº 02, de 20 de abril de 2018, cujo fundamento provém dos objetivos e diretrizes do Decreto nº 6.555, de 08 de setembro de 2008, conforme citados abaixo:

(...)

Art. 1º As ações de comunicação do Poder Executivo Federal serão desenvolvidas e executadas de acordo com o disposto neste Decreto e terão como objetivos principais:

- I - dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo Federal;*
- II - divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição;*
- III - estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas;*
- IV - disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais; e*
- V - promover o Brasil no exterior.*

Art. 2º No desenvolvimento e na execução das ações de comunicação previstas neste Decreto, serão observadas as seguintes diretrizes, de acordo com as características de cada ação:

- I - afirmação dos valores e princípios da Constituição;*
 - II - atenção ao caráter educativo, informativo e de orientação social;*
 - III - preservação da identidade nacional;*
- SEI/PR - 2040931 - Despacho <https://sei-pr.presidencia.gov.br/sei/controlador.php?acao=doc...>*
1 of 13 14/08/2020 19:16
- IV - valorização da diversidade étnica e cultural e respeito à igualdade e às questões raciais, geracionais, de gênero e de orientação sexual;*
 - V - reforço das atitudes que promovam o desenvolvimento humano e o respeito ao meio ambiente;*
 - VI - valorização dos elementos simbólicos da cultura nacional e regional;*
 - VII - vedação do uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;*
 - VIII - adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público;*
 - IX - uniformização do uso de marcas, conceitos e identidade visual utilizados na comunicação de governo;*
 - X - valorização de estratégias de comunicação regionalizada;*
 - XI - observância da eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos; e*
 - XII - difusão de boas práticas na área de comunicação.*

(...)

As ações de divulgação são concebidas e executadas pelas agências de publicidade contratadas de acordo com a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, que atuam por conta e ordem da Secom.

Cabe as agências de publicidade propor os planejamentos estratégicos e táticos para cada ação de divulgação demandada por esta Secretaria, que são elementos individualizados de cada ação de divulgação. Na sua elaboração, são empregados critérios técnicos para a seleção de meios e veículos que seguem as orientações da Instrução Normativa Secom nº 02/2018, abaixo citadas:

(...)

Art. 10. Nos casos de compras avulsas de tempos e/ou espaços publicitários, em campanhas ou ações de oportunidade, deverão ser observados os seguintes critérios de planejamento e seleção dos veículos de comunicação e divulgação, por meio:

(...)

V – Internet:

- a) programação das diferentes categorias do meio on-line (verticais, redes sociais, redes de conteúdo, etc.)deverá ser coerente com a estratégia de mídia proposta;*
- b) características da ação;*
- c) perfil do público-alvo da ação;*
- d) perfil, segmento, cobertura, histórico de performance, quando houver, e adequação dos veículos, sendo essas informações embasadas por dados de pesquisas de audiência e de hábitos de consumo ou relatórios de ferramentas tecnológicas de verificação, ou mesmo relatório de histórico de programação e performance;*
- e) as métricas e os Indicadores-Chave de Performance (KPI) – estabelecidos para aferir a entrega efetiva e a contribuição do veículo para atingimento dos objetivos de comunicação e rentabilização do investimento.*

(...)

As diretrizes determinadas pela IN Secom nº 02/2018 fazem parte dos insumos para concepção de campanhas publicitárias observadas pelas agências de publicidade.

Como base nas diretrizes normativas, as agências de publicidade observam aspectos demográficos e comportamentais dos diversos segmentos de públicos identificados como alvo da ação de comunicação. Dentre os instrumentos empregados, citamos pesquisas sobre o comportamento da população quanto ao consumo dos meios de comunicação/índice de penetração, da cobertura geográfica e do alcance populacional dos veículos de divulgação em relação aos membros do público-alvo (audiência). Quanto aos aspectos geográficos são observadas características dos mercados regionais, tais como, disponibilidade de meios e veículos para divulgação da campanha de forma eficiente e a relação custo-benefício adequada aos parâmetros da Secom.

Em virtude da necessidade de comunicação ampla e eficiente, considerando as características do público perante o consumo de informações nas redes sociais (audiência, afinidade e tempo de navegação) se verifica necessidade de presença nesses ambientes. Neste aspecto, as agências de publicidade se valem das pesquisas de mercado, as quais citamos acima, que indicam a relevância das redes sociais como segmento da Internet no alcance populacional.

b) Que a publicidade do governo federal nas redes sociais, entre outros instrumentos, fosse por meio do sistema da empresa Google através da veiculação de propaganda via Google AdSense.

Ainda em consideração à Instrução Normativa nº 2, de 20 de abril de 2018, os planejamentos estratégicos e táticos levam em consideração os aspectos comportamentais e demográficos do público que a mensagem se destina e principalmente das possibilidades em levar a mensagem publicitária para o maior número de pessoas integrantes do público-alvo. Assim, em resposta a questão formulada, verifica-se que a posição da Google no ranqueamento de audiência no estudo determinado como "Ranking top 100 propriedades de audiência no Brasil" da ComScore (empresa especializada na aferição de audiência da Internet - <https://www.comscore.com/por/Sobre>), anexo 5949119, demonstra que os ativos desta empresa encontram-se na primeira colocação entre as empresas aferidas. Desta forma, o emprego dos espaços publicitários da Google, em uma ação publicitária, permite alcance do público-alvo por apresentar alto índice de cobertura populacional da Internet.

Diferente da contratação de outros sites como portais (UOL, Terra, R7, etc.) o Google Ads é uma plataforma *self-service* onde a agência responsável pelo planejamento e execução da campanha faz a programação conforme a estratégia da ação de divulgação, especificando formatos de mídia, público-alvo, abrangência geográfica, formas de visualização do conteúdo publicitário e da interação com o usuário, bem como, a forma da prestação do serviço. A plataforma Google Ads oferece a possibilidade de ampliar rapidamente a cobertura e frequência de uma programação de mídia, alcançando públicos a partir de seus hábitos de consumo. Este processo ocorre por meio de mecanismos de programação com conceitos de inteligência artificial e algoritmos que buscam pessoas com hábitos similares ao público definido em *briefing*, além de proporcionar custo baixos por visualização.

Esclarecemos que a plataforma Google AdSense é um serviço fornecido, também, pelo Google Internet Brasil Ltda. destinado aos editores de conteúdo da Internet que desejam ser remunerados pela exibição de publicidade em suas páginas na Web (fonte: https://www.google.com.br/intl/pt-BR_br/adsense/start/?utm_campaign=1003747-adsense_SEI/PR-2040931-Despacho_https://sei.pr.presidencia.gov.br/sei/controlador.php?acao=doc... 8 of 13 14/08/2020 19:16 acquisition-latam-pt-hybrid-oforce). A ferramenta faz uma interface com publicadores de conteúdo, possibilitando sua monetização a partir de anúncios publicitários. A exibição dos anúncios é administrada pela Google e gera lucro baseado ou na quantidade de cliques ou de visualizações, a depender da forma contratada. Esse tipo de serviço não faz parte do escopo das ações de publicidade contratadas por esta Secretaria. Entretanto, interessante salientar a política adotada pela empresa que, expressamente, veda a exibição de anúncios em plataformas/canais/mídias com conteúdo considerado inadequado, conforme pode ser verificado nos termos de uso da plataforma Google AdSense, disponível por meio do link <https://policies.google.com/terms?hl=pt-BR&gl=pt>.

5. Cópia dos relatórios ou estudos técnicos referidos no item anterior (item 4 acima).

Segue anexo 5949119, as seguintes pesquisas de mercado publicitário na Internet que subsidiaram as agências de publicidade nas definições de programação com utilização da plataforma digital Google Ads, citadas nas questões "4", itens "a" e "b"

I - Pesquisa de Consumo dos Meios;

- II - Pesquisa de Consumo na Internet;
- III - Perfil de Consumo na Internet;
- IV - Tempo dedicado na Internet;
- III - Pesquisa de audiência (Instituto Comscore) - maiores audiências.

6. Encaminhamento de cópia do inteiro teor do processo licitatório e do contrato decorrente que foi fechado pelo governo federal para fins de publicidade envolvendo o sistema de publicidade fornecido pela empresa Google por meio da atividade na rede mundial de computadores (Internet).

O processo de contratação das agências de publicidade encontra-se disponível no SEI, processo 00170.000307/2016-24.

Quanto à documentação do Google referente à contratação dos serviços de exibição de anúncios, por meio das agências de publicidade, informamos que se trata de documento interno das agências contratadas e não estão custodiados no âmbito dos processos administrativos desta Secretaria. No entanto, a informações de contratação da plataforma Google Ads constam da página da Internet, link <https://www.google.com/intl/pt-BR/adwords/select/TCBrazilForGoogleBrazil1108.html>, conforme disposto na resposta para o item 3, acima.

6.1 Se houver dispensa de licitação na hipótese acima, igualmente, seja encaminhada cópia do processo licitatório com os atos, pareceres e relatórios técnicos que fundamentam tal tomada de decisão por que eles estão inclusos no solicitado processo licitatório.

Não há essa modalidade de contratação no processo em análise.

7. Solicitamos o histórico de parâmetros utilizados por meio desse Ministério para o direcionamento de propaganda por meio da empresa Google (palavras-chaves, termos de marcação algorítmica nos banners e todos os parâmetros para a escolha do público-alvo, como por exemplo, listas de positivação e de exclusão), bem como o histórico de termos e palavras-chaves utilizados para o uso das ferramentas tanto de direcionamento como de monitoramento de redes disponibilizadas por aquela empresa (Google).

Descrevemos abaixo os parâmetros empregados em cada ação publicitária autorizada por esta Secretaria:

- Nova Previdência

Público Alvo: sociedade em geral;

Praças: Nacional.

- Taxa Patrimonial 2019

Público Alvo:

Prioritário - ocupantes e foreiros de imóveis, que por força da legislação devem recolher anualmente as taxas de foro e ocupação, devidas em contrapartida pela utilização desses imóveis;

Praças: Nacional e regional de acordo com as especificidades da ação.

- 7 de setembro - Semana da Pátria

Público Alvo: sociedade em geral, governos estaduais e municipais, agentes públicos, empresários
População de Brasília e entorno;

Praças: Nacional, com reforço em Brasília/DF.

- Brasil no Exterior

Público Alvo: Público estrangeiro formador de opinião;

Praças: EUA, Inglaterra, França, Alemanha, Holanda e Noruega.

- Segurança Pública - Medidas anticrime

Público Alvo: Sociedade brasileira em geral;

Praças : Nacional.

- Ação de oportunidade - Dia da Amazônia

Público Alvo: Sociedade brasileira em geral;

Praças: Nacional e EUA, Inglaterra, França, Alemanha, Holanda e Noruega.

- Censo Experimental 2019

Público Alvo: População de Poços de Caldas/MG;

Praças: Poços de Caldas/MG e região.

- Enfrentamento à Violência Contra a Mulher – 2019

Público Alvo: Sociedade em geral;

Praças: Nacional.

- Pátria Voluntária

Público Alvo:

Sociedade em geral, governos estaduais e municipais, organizações sociais e entidades das esferas pública e privada.

Praças: Nacional

- Agenda Positiva - Regional 2019

Público Alvo: Sociedade em geral.

Praças: Nacional.

- Conferência Nacional de Juventude

Público Alvo:

Jovens de 15 a 29; representantes da juventude dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário das esferas municipais, estaduais e nacional; entidades e associações de representação da juventude; jornalistas, formadores de opinião, e sociedade em geral.

Praças: Nacional

Ratificamos, ainda, que não houve listas positivas e/ou negativas quanto ao direcionamento da exibição de anúncios, visto que o objeto da contratação desta Secretaria perante a agência de publicidade se refere aos objetivos de campanha conforme informado acima, ou seja, para o público-alvo da campanha e na abrangência geográfica necessária para o alcance de ação de divulgação.

8. Montante gasto com os contratos, desde 1º de janeiro de 2019 até 14 de agosto de 2020.

Os valores efetivamente pagos pelos serviços contratados e prestados pelas agências de publicidade com as quais a Secom mantém contratos (PPR - Profissionais de Publicidade Reunidos S.A; Calia Y2 Propaganda e Marketing Ltda.; e Artplan Comunicação S/A.) estão disponíveis na planilha no despacho DEORP 2095446, e podem ser consultados no endereço: <https://sistema2.planalto.gov.br/gestaosecom/liquidacao/pagamento/ordem-cronologica/>

9. Critérios de escolha, fixação e direcionamento no sistema de anúncios do Google, uma vez que este permite que o cliente (no caso, o próprio governo, representado pelas agências de publicidade que contrata) direcione seus anúncios disponíveis diretamente no sistema?

Informamos que não houve direcionamentos desta Secretaria a fim de determinar os locais de veiculação por meio da plataforma Google Ads. Ressaltamos que a plataforma Google Ads atuou de forma automática na entrega de anúncios para o perfil da Internet correspondente ao público-alvo da ação de publicidade, não sendo considerado o local da Internet onde o anúncio foi exibido.

No mais, esta Secretaria não dispõe de competências para a classificação do conteúdo editorial dos veículos de divulgação sob pena de infringir os termos do artigo 220 da Constituição Federal.

Em relação à programação na plataforma, a partir dos critérios de planejamento, fica a cargo da agência no momento da programação da campanha, a seleção quanto: a forma de atuação da ferramenta, tais como gerar tráfego para o site do anunciante, *leads* ou alcance máximo de usuários; tipo de campanha, rede *display* para *banner* e YouTube ou rede de vídeo para vídeos e, as otimizações na forma de cliques para o conteúdo da campanha.

As agências por sua vez, alimenta a plataforma com os dados referenciais sobre o público-alvo da campanha publicitária, da abrangência geográfica e dos seguintes itens de interesse que possam existir como idioma, exclusão de conteúdo sensível (tragédia e conflito, problemas sociais sensíveis) ou transmissões ao vivo.

10. Encaminhar o inteiro conteúdo dos relatórios ou estudos do corpo técnico que fixaram e/ou

justificaram esses critérios de escolha, fixação e direcionamento (item 9 acima).

As definições de público-alvo, de abrangência da ação de publicidade e dos formatos a serem empregados, são definidos primeiramente no *briefing* (relato do problema de comunicação a ser enfrentado) e, por conseguinte, registrado na plataforma digital pelos profissionais das agências de publicidade. Cabe a agência especificar em nível mais detalhado os segmentos de público a ser trabalhado por meio da ferramenta. Os referidos parâmetros, ação de divulgação, encontram-se informados no item 7, acima.

11. Durante a vigência do contrato, quantas e quais foram os relatórios do fiscal do contrato que apontou irregularidades e/ou descumprimento na condução do contrato?

Diante da pergunta apresentada, as supostas veiculações em locais indevidos são objetos de apuração, motivada por questionamentos, em várias instâncias, inclusive do Tribunal de Contas da União, que emitiu o Acórdão nº 1848/2020 – TCU – Plenário.

Assim, esta Secretaria vem cumprindo as determinações pronunciadas no acórdão, questionando as agências contratadas e o fornecedor (Google) sobre as ocorrências relatadas. Desta forma os dados ora questionados passam por processo de análise a fim de averiguar possíveis desvios de finalidade apontado na Representação analisada pelo TCU, para que sejam esclarecidos os fatos e, caso identificadas irregularidades, sejam adotadas as providências cabíveis.

11.1 Quais foram as medidas adotadas para sanar as irregularidades e descumprimentos?

Deste a vigência da medida cautelar do TCU, não houve autorização desta Secretaria para exibição de anúncio por meio da plataforma Google Ads. Aguarda-se, inclusive o pronunciamento do Tribunal de Contas quanto ao conteúdo da diligência realizada por esta Secretaria no processo mencionado, na forma solicitada do item "f" das determinações do TCU, acima citada.

11.2 Encaminhamento de cópia dos respectivos relatórios do fiscal do contrato e medidas saneadoras.

Como já informado na resposta para o item 11.1, esta Secretaria aguarda a finalização do processo de apuração já iniciado, dos resultados advindos e da decisão da autoridade competente, a fim de adotar medidas administrativas cabíveis.

Como já informado na resposta para o item 11 deste documento, a fiscalização se dá em todo processo de execução contratual, por meio de acompanhamentos regulares de relatórios de performance e no momento da prestação de contas dos serviços contratados, na forma apresentada no Manual de Procedimentos das Ações de Publicidade desta Secretaria.

12 Por fim, solicitamos *login* da Presidência na ferramenta Google AdSense, bem como relatório produzido pela empresa demonstrando o histórico de uso dessa ferramenta, desde janeiro de 2019 até 14 de agosto de 2020.

Esclarecemos que a utilização da plataforma Google Ads é realizado diretamente pelos profissionais das agências de publicidade contratadas desta Secretaria.

Encaminhamento

9. Balizados pelos subsídios fornecidos pela área técnica, sugerimos que, se aprovada a presente Nota, seja encaminhada, juntamente com o Despacho (5949033) e o Anexo Pesquisas de mídia (5949119) ao Secretário de Comunicação Institucional,, com o objetivo de subsidiar resposta a ser dada pelo senhor Ministro das Comunicações ao Requerimento de Informações nº 1015/2020, dos Deputados Federais Luiza Erundina e Ivan Valente.

10. 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.

11. Em face disso, a resposta a ser encaminhada pelo senhor Ministro à Primeira Secretária da Mesa da Câmara, segundo o sítio <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2260583>, deverá ocorrer **até 09 de outubro de 2020.**

Brasília, 06 de outubro de 2020.

Cordialmente,

GUSTAVO HENRIQUE FERREIRA GOUVÊIA
Coordenador-Geral de Orientações Normativas para Comunicação

De acordo, encaminhe-se ao Secretário de Comunicação Institucional

PETER ERIK KUMMER
Diretor do Departamento de Gestão e Normas

De acordo, encaminhe-se à Assessoria Especial de Assuntos Parlamentares para as providências subsequentes.

FELIPE CRUZ PEDRI
Secretário de Comunicação Institucional



Documento assinado eletronicamente por **Peter Erik Kummer, Diretor do Departamento de Gestão e Normas**, em 06/10/2020, às 17:43 (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 **Gustavo Henrique Ferreira Gouvêia, Coordenador-Geral de Orientações Normativas para Comunicação**, em 06/10/2020, às 17:44 (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 **Felipe Cruz Pedri, Secretário de Comunicação Institucional**, em 06/10/2020, às 18:16 (horário oficial de Brasília), com fundamento no art. 6º, § 1º, do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <http://sei.mctic.gov.br/verifica.html>, informando o código verificador **5950592** e o código CRC **805CFA55**.

Sim (vide parágrafo 9)

Referência: Processo nº 01245.004158/2020-09

SEI-MCOM nº 5950592

00170.001834/2020-32

SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
Secretaria de Gestão e Controle
Departamento de Orçamento e Referência de Preços

Brasília, 10 de setembro de 2020.

Ao Departamento de Mídia e Promoção - DEMIP

Assunto: **Requerimento de Informação nº 1015/2020 - Deputados Luiza Erundina e Ivan Valente.**

1. Com intuito de subsidiar resposta desse DEMIP ao Despacho CGNOR/DEGEN/SGC/SECOM, de 28 de agosto de 2020, encaminhamos as informações a seguir.

Item 2 - Pagamentos ao Google

| PAGAMENTOS AO GOOGLE | | | |
|---|---|---------------------------|---------------------------|
| | | | R\$ 1,00 |
| 2019 | | | |
| Contratada | Fornecedor | Valor bruto da contratada | Valor bruto do fornecedor |
| 33.673.286/0004-78 / ARTPLAN COMUNICAÇÃO S/A | 06.990.590/0001-23 / GOOGLE BRASIL INTERNET LTDA. | 4.840.818,90 | 4.677.119,73 |
| 2020 | | | |
| Contratada | Fornecedor | Valor bruto da contratada | Valor bruto do fornecedor |
| 33.673.286/0004-78 / ARTPLAN COMUNICAÇÃO S/A | 06.990.590/0001-23 / GOOGLE BRASIL INTERNET LTDA. | 4.137.976,51 | 3.998.045,02 |
| 04.784.569/0002-27 / CALIA Y2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA | 06.990.590/0001-23 / GOOGLE BRASIL INTERNET LTDA. | 2.113.407,83 | 2.041.940,10 |
| | GOOGLE BRASIL | 89.725,22 | 86.691,06 |
| | GOOGLE BRASIL, Google Internacional | 1.434.171,73 | 1.385.673,22 |
| | Google Internacional | 589.510,88 | 569.575,82 |
| TOTAL | | 6.251.384,34 | 6.039.985,12 |

LÍLIAN ALMEIDA BARRA
Diretora



Documento assinado eletronicamente por **Lilian Almeida Barra, Diretor(a)**, em 10/09/2020, às 11:41, 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 **2095446** e o código CRC **91085DFB** no site:
https://sei-pr.presidencia.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0