



**MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES**  
Assessoria Especial de Assuntos Parlamentares

OFÍCIO Nº 6595/2020/MCOM

Brasília, 19 de outubro de 2020.

À Sua Excelência o Senhor  
FÁBIO FARIA  
Ministro  
Ministério das Comunicações  
Esplanada dos Ministérios, Bloco R, 9º andar  
CEP 70044-900 – Brasília - DF

**Assunto: Encaminha resposta ao Requerimento de Informação (RIC) nº 1006/2020, de autoria do Deputado David Miranda (PSOL/RJ).**

Senhor Ministro,

1. Em atendimento ao Ofício 1ª SEC/RI/n.º 1425, da Primeira Secretaria da Câmara dos Deputados, que encaminhou a este Ministério das Comunicações cópia do Requerimento de Informação (RIC) nº 1006/2020, de autoria do Exmo. Deputado Federal David Miranda (PSOL/RJ), que requer deste Pasta "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", encaminho a Nota Informativa nº 527/2020/MCOM e seu Anexo (Lista de Especificações Google Ads), com a qual esta Assessoria Especial está de acordo, em que são disponibilizados os parâmetros solicitados.
  2. Esclareço, ademais, a título de informação, que as áreas técnicas e, em especial, a Secretaria de Comunicação Institucional desta Pasta, estão trabalhando na avaliação de se existe mais alguma outra possibilidade técnica de acesso às informações pretendidas no Requerimento de Informação 621/2020 (relatórios enviados pelo Google com as páginas onde os anúncios foram publicados), dados os quais a SECOM ainda não tem acesso. Deste modo, reforçamos o entendimento de que, caso venha a ser possível o acesso a tais informações, assim que os dados forem disponibilizados, estes serão encaminhados ao Exmo. Deputado Federal David Miranda (PSOL/RJ), autor dos Requerimentos de Informação em comento.
  3. Permanecemos à disposição para esclarecimentos adicionais, caso necessário.
- Respeitosamente,

WAGNER PRIMO FIGUEIREDO NETO  
Chefe da Assessoria Especial de Assuntos Parlamentares

Anexo: Nota Informativa nº 527/2020/MCOM (SEI nº 5991189) e seu Anexo (Lista de Especificações Google Ads - SEI nº 5986857)



Documento assinado eletronicamente por **Wagner Primo Figueiredo Neto, Chefe da Assessoria Especial de Assuntos Parlamentares**, em 19/10/2020, às 16:49 (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 **5999312** e o código CRC **C179F2AD**.

Em caso de resposta a este Ofício, fazer referência expressa a: Ofício nº 6595/2020/MCOM - Processo nº 01245.004148/2020-65 - Nº SEI: 5999312



**MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES**  
**GABINETE**

OFÍCIO Nº 6598/2020/MCOM

Brasília, 19 de outubro de 2020.

À 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 Requerimento de Informação (RIC) nº 1006/2020.**

Senhora Primeira-Secretária,

1. Faço referência ao Ofício 1ª SEC/RI/n.º 1425, pelo qual V. Exa. encaminha a este Ministério o Requerimento de Informação (RIC) nº 1006/2020, de autoria do Exmo. Deputado Federal David Miranda (PSOL/RJ), que requer deste Ministério "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".
2. Em atendimento ao expediente referenciado, encaminho o Ofício nº 6595/2020/MCOM, da Assessoria Especial de Assuntos Parlamentares desta Pasta (ASPAR/MCOM), que possui como Anexo a Nota Informativa nº 527/2020/MCOM, contendo informações preliminares levantadas por este Ministério.

Atenciosamente,

**FÁBIO FARIA**  
Ministro

Anexo: Ofício nº 6595/2020/MCOM; Nota Informativa nº 527/2020/MCOM (SEI nº 5991189) e seu Anexo (Lista de Especificações Google Ads - SEI nº 5986857)



Documento assinado eletronicamente por **Fábio Salustino Mesquita de Faria, Ministro de Estado das Comunicações**, em 19/10/2020, às 21:58 (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 **5999365** e o código CRC **8AC1C59F**.

---

Em caso de resposta a este Ofício, fazer referência expressa a: Ofício nº 6598/2020/MCOM - Processo nº 01245.004148/2020-65 - Nº SEI: 5999365



**MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES**

Secretaria de Comunicação Institucional

Departamento de Gestão e Normas

Coordenação-Geral de Orientações Normativas para Comunicação

**NOTA INFORMATIVA Nº 527/2020/MCOM**Assunto: **Requerimento de Informação nº 1006/2020 – Deputado David Miranda**Referência: *processo nº 01245.004148/2020-65***Resumo**

- 
1. Trata-se do Ofício 1ªSec/RI/E/nº 1425 (5883686), de 21.08.2020, por meio do qual a Primeira-Secretária da Mesa da Câmara dos Deputados, Deputada federal **Soraya Santos**, encaminha o Requerimento de Informação nº 1006/2020 (5883703), de 14.08.2020, de autoria do Deputado **David Miranda**, em que ***“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.”***

**Competências**

- 
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;”*** os quais apresentaram subsídios para respostas às questões formuladas pelo Deputado ao Ministro de Estado das Comunicações.

**Informações Iniciais**

- 
4. Em 30.06.2020, o Ministério das comunicações recebeu, o Ofício 1ªSec/RI/E/nº 1278

de autoria do Deputado Federal David Miranda.

5. Após receber os subsídios do Departamento de Mídia e Publicidade, o Ministro de Estado das Comunicações, em atendimento §2º, art. 50, da Constituição Federal de 1988, enviou resposta à Primeira Secretária da Mesa da Câmara dos Deputados, por meio do OFÍCIO Nº 232/2020/GABIN/SECOM/SEGOV/PR (2033562), de 03.08.2020, acompanhado da Nota Informativa nº 35/2020/CGNOR/DEGEN/SGC/SECOM (2029983), da qual destacam-se os trechos a seguir:

**b) Relatórios disponíveis na plataforma Google Ads referentes a canais (sites, aplicativos, canais do YouTube, etc) onde foram exibidos os anúncios da Secretaria de Comunicação dos últimos 12 meses em que constem os sites excluídos quais filtros foram ativados e desativados, lista de palavras-chaves e lista dos sites negativados e excluídos.**

Reforçamos que as agências de publicidade que atendem à Secom são responsáveis pela contratação da exibição de anúncios por meio da plataforma *Google Ads*. Trata-se de serviço fornecido pela empresa Google Brasil Internet Ltda. destinados às agências de publicidade e aos anunciantes para exibição de anúncios em campanhas publicitárias.

Quanto aos dados solicitados, informamos que estes não fazem parte dos processos desta Secretaria, pois o objeto da contratação realizado pelas agências de publicidade que prestam serviços à Secom, se materializa na exibição dos anúncios para o público-alvo da ação de divulgação. Para o processo de prestação de contas, não estão relacionados os locais de sua exibição, na Internet, mas tão somente dos 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.

Faz-se esclarecer 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-acquisition-latam-pt-hybrid-oforce](https://www.google.com.br/intl/pt-BR/br/adsense/start/?utm_campaign=1003747-adsense-acquisition-latam-pt-hybrid-oforce)). Esse tipo de serviço não faz parte do escopo das ações de publicidade contratadas por esta Secretaria.

**c) Todas as planilhas/relatórios disponíveis na plataforma Google Ads, de todos os sites e canais no YouTube ou qualquer outra plataforma da internet, que veicularam anúncios do Governo Federal contratados pela Secretaria de Comunicação - SECOM por meio da plataforma Google Ads, detalhando todas as campanhas com todos os dados disponíveis dentre eles: nome da campanha, status, orçamento, tipo de campanha, subtipo da campanha, taxa de cliques, número de impressões que cada anúncio teve, e os respectivos cliques gerados, palavras-chaves utilizadas, público-alvo, e todos os demais relatórios disponíveis na plataforma.**

Resposta para este item está contemplada no item b acima.

6. Isto posto, considerando as respostas do Ministro de Estado das Comunicações, o Deputado Federal David Miranda requer complemento às informações contidas no Requerimento de Informação supracitado ao RIC 621/2020.

7. Ressalta-se 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.*

8. Para tanto, considerando a data de recebimento do requerimento no Ministério das Comunicações, a resposta à Primeira Secretária da Mesa da Câmara dos Deputados deve ser enviada **até 19.10.2020**.

## Questões Formuladas no Requerimento de Informações

---



9. Conforme acima relatado, o Requerimento versa sobre: ***“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.”***, cujas questões transcreve-se abaixo:

a) Em resposta ao Requerimento de Informações nº 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, requero 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.

## Justificativas

---

10. A título de justificativa para o requerimento de complementação feita por meio do Requerimento de Informação nº 1006/2020, ao Requerimento de Informação nº 621/2020, o parlamentar esclareceu que:

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”**, onde revela planilhas da própria Secretaria Especial de Comunicação Social da Previdência 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 You Tube, 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 infante-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 comprem 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 palavra-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 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 governo. 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 veicularam 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.

## Respostas - subsídios fornecidos pela área técnica responsável pelo tema

---

11. Em atendimento à solicitação do Despacho CGNOR/DEGEN/SGC/SECOM - pág 8 (5915965), o Departamento de Mídia e Promoção, por meio do Despacho (5986729) e Anexo - Lista especificações Google Ads (5986857), encaminhou as seguintes respostas e esclarecimentos à questão apresentada pelo Deputado David Miranda:

2. Preliminarmente, compete-nos evidenciar 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. Faz-se reiterar, que 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.

3. A fim de esclarecer a presente afirmativa, é importante mencionar quanto aos procedimentos de contratação de ações publicitárias no âmbito desta Secretaria, das obrigações contratuais vigentes, sejam das agências contratadas, dos fornecedores de serviços especializados de publicidade e dos veículos e empresas de divulgação. Assim como os demais órgãos do Poder Executivo Federal, as ações publicitárias cumprem 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/>), na qual define diretrizes a serem adotadas na concepção e elaboração de planejamento de ações de comunicação. No caso das ações na Internet são observadas as orientações citadas a seguir:

(...)

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.

(...)



4. Na condução dos processos internos, esta Secretaria cumpre as determinações do Manual de Procedimentos das Ações de Publicidade (<http://www.secom.gov.br/orientacoes-gerais/publicidade/manual-de-publicidade-final-dou.pdf/>), o qual orienta sobre as rotinas operacionais relativas a solicitação de demandas de ações de publicidade para as agências de publicidade, da concepção e elaboração dos planejamentos, das aprovações e das alçadas decisórias, sobre a contratações de fornecedores e de veículos/empresas de divulgação e da prestação de contas e liquidação de despesas.
5. No que se refere às contratações perante veículos e empresas de divulgação, a agência de publicidade deve demonstrar a 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.
6. As plataformas digitais compreendem alguns segmentos de mídia digital, tais como, redes sociais, redes de editores de conteúdo digital, seja na forma de distribuidor de notícias, de serviços on-line, aplicativos para computadores e aparelhos celulares, serviços de *streaming* de vídeos e de músicas, jogos eletrônicos, entre outros. A principal característica das plataformas digitais é a capacidade de entrega de anúncios na Internet de forma automática a partir de parâmetros de identificação de público-alvo (*target*) e da audiência, ambos, indicados na campanha publicitária.
7. Os parâmetros de identificação de público-alvo devem corresponder às diretrizes estratégicas da campanha de publicidade e podem ser resultantes da identificação do perfil de navegação quanto à afinidade temática da ação publicitária, frente ao assunto de interesse, da localização geográfica e da oportunidade de exibição do anúncio para o usuário da Internet reconhecido como membro do público-alvo (*target*), no momento mais adequado para que a comunicação gere os efeitos pretendidos.
8. Conforme determina as normas vigentes, em especial o Manual de Procedimentos das Ações de Publicidade, os registros sobre as autorizações de exibição de anúncios por meio da Plataforma Google, constam nas planilhas registradas no sistema corporativo desta Secretaria, os quais juntamos cópias para atendimento à solicitação do presente RI (5986857).
9. Assim, esclarecemos ainda, que não se tratam de logs, mas de regras gerais de atuação a serem empregados pela agência de publicidade na contratação do serviço de exibição de anúncios perante a empresa Google.
10. Cabe a esta Secretaria, no momento da aprovação do plano de mídia apresentado pela agência de publicidade, na forma prevista no Manual de Procedimentos das Ações de Publicidade, definir o segmento de público a ser atingido, os parâmetros de exibição e performance (KPI - *Key Performance Indicator*/indicadores de performance), além de aprovar os parâmetros de custo e formatos de mídia apresentados na estratégia de divulgação pelas agências contratadas.
11. No caso de publicidade na Internet, com uso de plataformas digitais, as informações dos locais onde a publicidade foi entregue estão sob a responsabilidade do fornecedor contratado pela agência de publicidade. Essas informações fazem parte do modelo de negócio empreendido pelo veículo/empresa e no caso do Google, sob reserva de propriedade intelectual e da proteção de dados.
12. A contratação de exibição de anúncio, com a utilização da plataforma Google Ads, tem como finalidade o alcance das pessoas com hábito de navegar na Internet, seja para se informar, se entreter ou mesmo trabalhar. O objeto de comercialização é o perfil de público a ser alcançado pela mensagem publicitária, não importando o local onde o indivíduo navega, mas o interesse que o indivíduo tem pelo assunto correlato à ação de divulgação, ou se o perfil sociodemográfico atende às especificações impostas pelo anunciante na solução do problema de comunicação (*briefing*).
13. Imperioso clarificar, também, que o acesso à plataforma Google Adsense, por se tratar de programa da Google Internet Ltda destinado aos editores de conteúdo parceiros daquela empresa, também não fazem parte do objeto contratual desta Secretaria com as agências de publicidade.
14. Salientamos, ainda, que não houve qualquer direcionamento, por parte desta Secom, de recursos de campanhas para plataformas/canais/mídias descritas nas justificativas do presente RI. Ressaltando-se que a ferramenta utilizada é marcada pelo critério da impessoalidade na escolha de sites, uma vez que foca no atingimento do perfil de usuário buscado, tendo-se notícia de que o Google também veiculou a campanha em sites críticos ao atual Governo, o que novamente demonstra que a Secom não direciona seus investimentos.
15. Além do mais, a plataforma apresenta Declaração de Responsabilidade, para fins de realização do cadastro da plataforma Google Ads no Midiacad - Cadastro de Veículos e Inovadores Digitais, onde o

(...)

a) Possui contrato/acordo comercial com todos os sites parceiros que fazem parte da sua Rede Display (conforme descrita no site: <https://support.google.com/google-ads/answer/2404190?hl=pt-BR>), constando cláusula padrão que proíba os sites parceiros de veicularem conteúdos ilegais, nos termos das suas políticas para parceiros descritas em <https://support.google.com/adsense/answer/48182?hl=pt-BR> e [https://support.google.com/adsense/answer/1348688?hl=pt-BR&ref\\_topic=1271507&visit\\_id=636931028118931696-291299321&rd=1](https://support.google.com/adsense/answer/1348688?hl=pt-BR&ref_topic=1271507&visit_id=636931028118931696-291299321&rd=1);

b) não entregará publicidade do Governo Federal em inventário adquirido de outras Redes de Conteúdo/Redes de Vídeo;

c) não entregará publicidade do Governo Federal em sites que não permitam tecnologia para verificação de todas as veiculações: implementação de TAG segura, Verification, Viewability e Brand Safe;

d) não entregará a campanha do Governo Federal no segmento que contempla sites de downloads de conteúdo/vídeos (segmento: Torrents).

Google Brasil Internet Ltda, também, se compromete a:

a) **não realizar parceria com sites de conteúdo ilegal;**

b) apresentar o contrato/acordo comercial firmado com os sites parceiros sempre que solicitado pelo Núcleo de Mídia, Agências de Publicidade que atendem o Governo Federal e/ou Órgãos do SICOM. (Destaque nosso)

(...)

16. As agências de publicidade, por sua vez foram orientadas a parametrizar a ferramenta de mídia contratadas perante a empresa Google, com o intuito de permitir a amplitude de alcance dos públicos-alvos das campanhas, cuja definição é: população brasileira de ambos os sexos, das classes sociais A, B, C, D e E com mais de 18 anos. Na plataforma Google Ads, foi ratificado o público-alvo informado e somado a este comando, as informações dos parâmetros de exclusões com os seguintes conceitos:

- linguagem obscena pesada e recorrente;
- conteúdo sexual pesado e discussões sobre o sexo;
- violência real ou encenada;
- vídeos incorporados do You Tube;
- vídeos de transmissão ao vivo;
- público-alvo com supervisão dos pais
- conteúdo não rotulado.

17. 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, denominado Google Ad Sense, conforme esclarecido no item 13 do presente despacho, 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, de acordo com os termos** 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-acquisition-latam-pt-hybrid-oforce](https://www.google.com.br/intl/pt-BR_br/adsense/start/?utm_campaign=1003747-adsense-acquisition-latam-pt-hybrid-oforce)). A ferramenta faz uma interface com publicadores de conteúdo, possibilitando sua monetização a partir de anúncios publicitário, os quais citamos 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 oprima 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*

- *virole 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.*

18. Diante do exposto, esclarecemos que a solicitação do RI 1.006/2020, se refere ao processo de especificação de demanda publicitária realizada pela Secom para as agências de publicidade contratadas a fim de determinar a forma da exibição dos anúncios de acordo com o alcance de público-alvo previstos em cada uma das ações de publicidade. Por conseguinte, a agência realiza a contratação perante o prestador de serviço, neste caso a empresa Google Internet Brasil, por meio da plataforma Google Ads, respeitadas as cláusulas contratuais, normas e regras da contratação de serviços publicitários vigentes.

12. Balizados pelos subsídios fornecidos pelas áreas técnicas, sugerimos que, se aprovada a presente Nota, seja encaminhada, juntamente com o Anexo Lista especificações Google Ads (5986857), ao gabinete do Ministro de Estado das Comunicações, com o objetivo de subsidiar resposta a ser dada pelo senhor Ministro ao **Requerimento de Informação nº 1006/2020**, do Deputado Federal David Miranda.

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 Secretária da Mesa da Câmara, segundo o sítio <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2260494>, deverá ocorrer **até 19 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 a Assessoria Especial para Assuntos Parlamentares para providências subsequentes.

FELIPE CRUZ PEDRI  
Secretário de Comunicação Institucional



Documento assinado eletronicamente por **Gustavo Henrique Ferreira Gouvêia, Coordenador-Geral de Orientações Normativas para Comunicação**, em 15/10/2020, às 19:08 (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, Diretor do Departamento de Gestão e Normas**, em 15/10/2020, às 19:11 (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 16/10/2020, às 11:38 (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 **5991189** e o código CRC **88DFF7A7**.

## Minutas e Anexos

Anexo - planilha