

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES

Secretaria Especial de Comunicação Social

Secretaria de Comunicação Institucional

Departamento de Gestão e Normas

Coordenação-Geral de Orientações Normativas para Comunicação

NOTA INFORMATIVA Nº 1258/2021/MCOM

Nº do
Processo: **53115.017695/2021-71**

Documento de
Referência: **Ofício Interno 6073/2021/MCOM**

Interessado: **Senador Humberto Costa - Senado Federal**

Nº de
Referência: **Requerimento de Informação nº 1046/2021 - CPI da
Pandemia**

Assunto: **Requer informações sobre as campanhas publicitárias
desenvolvidas pelo Governo Federal sobre a Covid-19 entre
março de 2020 a junho de 2021**

SUMÁRIO EXECUTIVO

1. Trata-se do Ofício 1893/2021 - CPIPANDEMIA, de 15 de julho de 2021 (7902707), por meio do qual o Presidente da CPI Pandemia, o Senador Omar Aziz, encaminha o **Requerimento de Informação nº 1046/2021** (7821750), de autoria do Senador Humberto Costa, que requer da Secretaria Especial de Comunicação Social informações "*sobre as campanhas publicitárias desenvolvidas pelo Governo Federal sobre a Covid-19 entre março de 2020 a junho de 2021*".
2. Nos termos do art. 14, do Anexo X, da [Portaria nº 697, de 10 de setembro de 2020](#), compete à Coordenação-Geral de Orientações Normativas para Comunicação, do Departamento de Gestão e Normas da Secretaria de Comunicação Institucional - CGNC/DEGEN/SECOI, 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.
3. Cumpre informar que, à vista do teor das informações solicitadas no requerimento em questão, os esclarecimentos constantes deste expediente foram subsidiados pela Secretaria de Publicidade e Promoção - SEPUP/MCOM (7897760), área responsável por orientar as ações de publicidade e os eventos relacionados à comunicação social e por desenvolver, em conjunto com o Departamento de Mídia e Promoção, as ações de publicidade no âmbito do Ministério e outras ações de publicidade demandadas pelos órgãos e pelas entidades integrantes do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal - SICOM (Anexo IX, da Portaria 697/2020 - art. 1º, I e 6º I), bem como pelo Departamento de Conteúdo e Gestão de Canais - DECCG (7902130) da Secretaria de Comunicação Institucional - SECOI/SECOM, à quem compete, conforme estabelece o art. 8º do [Regimento Interno do MCOM](#) acima mencionado "*gerenciar e coordenar o planejamento, a produção, a edição e a publicação de conteúdos para canais próprios de comunicação digital nos portais e nas redes mantidos pelo Ministério e acompanhar a elaboração de*

ações de comunicação digital, bem como definir as diretrizes editoriais e orientar a produção de conteúdo para os canais próprios de comunicação digital mantidos pelo Ministério ou de seu interesse".

INFORMAÇÕES

I - Informações solicitadas:

4. No Requerimento de Informação em apreço, o Senador Humberto Costa solicita "informações sobre as campanhas publicitárias desenvolvidas pelo Governo Federal sobre a Covid-19 entre março de 2020 a junho de 2021" e, especificamente, requer (7821750):

- a) Os custos de produção de cada campanha publicitária produzida sobre a Covid19, incluindo "O Brasil não pode parar".
- b) Critérios de escolha das celebridades e influenciadores digitais, englobando as personalidades que não cobraram cachê
- c) Especificação dos valores dos cachês pagos as personalidades (celebridades e influenciadores) que participaram das campanhas relacionadas a Covid-19.
- d) Posts patrocinados pelo Governo Federal, em seus canais oficiais, identificando o valor, público-alvo, segmentação, palavras-chaves e formato utilizado em cada uma das campanhas.
- e) Relação dos fornecedores que foram contratados para veicular publicidade na internet, detalhando as campanhas veiculadas, incluindo canais de divulgação (site, aplicativo, redes sociais) e as peças publicitárias utilizadas.

Requer-se, ainda, cópia integral do plano de mídia ou documento similar distribuído as empresas de comunicação contratadas para a circulação no meio Internet; e dos posts patrocinados nas redes sociais oficiais do Governo Federal sobre a pandemia de Covid19.

5. Como justificativa para o pedido, o requerente teceu os seguintes argumentos (7821750):

A presente Comissão Parlamentar de Inquérito, batizada como CPI DA PANDEMIA, foi criada pelos Requerimentos 1371 e 1372, ambos de 2021, com a finalidade de apurar, no prazo de 90 dias, as ações e omissões do Governo Federal no enfrentamento da Pandemia da Covid-19 no Brasil e, em especial, no agravamento da crise sanitária no Amazonas com a ausência de oxigênio para os pacientes internados; e as possíveis irregularidades em contratos, fraudes em licitações, superfaturamentos, desvio de recursos públicos, assinatura de contratos com empresas de fachada para prestação de serviços genéricos ou fictícios, entre outros ilícitos, se valendo para isso de recursos originados da União Federal, bem como outras ações ou omissões cometidas por administradores públicos federais, estaduais e municipais, no trato com a coisa pública, durante a vigência da calamidade originada pela Pandemia do Coronavírus "SARS-CoV-2", limitado apenas quanto à fiscalização dos recursos da União repassados aos demais entes federados para as ações de prevenção e combate à Pandemia da Covid-19, e excluindo as matérias de competência constitucional atribuídas aos Estados, Distrito Federal e Municípios.

Uma das linhas de investigação desta CPI diz respeito as ações do Governo Federal no enfrentamento a Covid-19, sobretudo na promoção de informações sobre a pandemia, essencial para que a população tenha conhecimento sobre a crise sanitária vivenciada no País. O presente requerimento tem a intenção de esclarecer como o Governo Federal empregou os recursos públicos na publicitação das ações e estratégias relacionadas a Pandemia. Por essas razões, solicito o apoio dos colegas senadores para a aprovação deste requerimento.

II - Informações prestadas pela Secretaria de Publicidade e Promoção, por meio de seu Departamento de Mídia e Promoção (7897760):

6. Em atendimento ao solicitado no Requerimento de Informação nº

1046/2021 - CPI da Pandemia (7821750), a Secretaria de Publicidade e Promoção - SEPUP, por meio do Despacho DEMIP (7897760) juntou aos autos os anexos "Planilha Postagens Patrocinadas - Campanha Prevenção COVID (7915588)", "Planilha Postagens Patrocinadas - Campanha Vacinação COVID (7915602)", "Anexo 7923732", "Planilha 7923732" e "Anexo 7923634", bem como informou, nos termos destacado adiante:

Em atendimento ao Despacho SEPUP, relativo ao Requerimento de Informação nº 1046/2021, de autoria do Senador Humberto Costa, prestamos as informações solicitadas, no escopo da Secretaria de Publicidade e Promoção:

a) Os custos de produção de cada campanha publicitária produzida sobre a Covid19, incluindo "O Brasil não pode parar".

No âmbito da execução contratual desta Secretaria foram realizadas as seguintes ações relativas ao enfrentamento da pandemia COVID-19, as quais listamos abaixo:

I) Campanha "Coronavírus - Covid-19", realizada em março e abril de 2020, com objetivo de divulgar informações tais como modos de prevenção, principais sintomas e as medidas que precisam ser adotadas em caso de suspeita de contágio. A ação contou investimento da ordem de R\$ 638.954,38 (seiscentos e trinta e oito mil, novecentos e cinquenta e quatro reais e trinta e oito centavos) destinados à produção publicitária de filmes para TV, Internet e Mídia Exterior Digital, spot para Rádio e Internet, peças de Internet, anúncio em Jornal e peças para veiculação em espaços de Mídia Exterior.

A participação de personalidades, assim como a divulgação das peças publicitárias ocorreu sob a forma pró-bono, **não tendo havido investimentos destinados a pagamento de cachê e veiculação do material produzido. Toda a veiculação ocorreu de forma voluntária pelos veículos de divulgação que se interessaram pelo conteúdo e se engajaram na causa do enfrentamento da COVID-19:**

- Dra. Ana Escobar - médica - não cobrou cachê;
- Antônio Rodrigo Nogueira/Minotauro - lutador de artes marciais - não cobrou cachê;
- Carlos Bertolazzi - chefe de cozinha e apresentador - não cobrou cachê;
- Felipe Melo - atleta - não cobrou cachê;
- Luiz Ernesto Lacombe - jornalista - não cobrou cachê;
- Otávio Mesquita - apresentador - não cobrou cachê;
- Patati Patatá - apresentadores infantis - não cobrou cachê;
- Siquera Júnior - apresentador - não cobrou cachê; e
- Zezé Di Camargo - cantor.

II) Campanha Cuidado Precoce, iniciada em outubro de 2020, teve objetivo de disseminar informação de que o atendimento precoce de pacientes com a Covid-19 pode salvar vidas, fazendo chegar à população a mensagem de que, aos primeiros sintomas, deve-se procurar atendimento médico.

Essa campanha teve o conteúdo das peças publicitárias desenvolvido pelo Ministério da Saúde. No entanto, à época, mesmo com a existência de orçamento aprovado para execução da campanha publicitária sobre atendimento precoce, ainda na fase inicial dos sintomas da COVID-19, o Ministério da Saúde apresentava ausência de margem de execução contratual junto às agências de propaganda contratadas pelo referido órgão, principalmente para veiculação da campanha. Assim, contou com o apoio da Secom para dar continuidade à ação publicitária, por meio de descentralização de recurso orçamentário (TED).

A ação contou com investimentos alocados da ordem de R\$ 19.340.133,35 (dezenove milhões, trezentos e quarenta mil, cento e trinta e três reais e trinta e cinco centavos) destinados a veiculação de mídia e produção de conteúdo nos meios TV, Internet, Mídia Exterior e Rádio. A campanha ainda encontra-se em fase de liquidação de despesas cuja movimentação pode ser acompanhada por meio do acesso à página da SECOP <https://sistema2.planalto.gov.br/gestaosecom/liquidacao/pagamento/ordem-cronologica/>.

III) Campanha Vacinação - Coronavírus com início de veiculação em 17 de abril

e previsão de término em 04 de setembro de 2021 desenvolvida pela SECOM, que teve como objetivos dar amplo conhecimento à sociedade brasileira sobre a vacinação contra o coronavírus (SARS-CoV-2), evidenciando os esforços empreendidos na operação de vacinação e orientando a população a seguir com as medidas de cuidado e proteção.

A ação contou com investimentos alocados da ordem de R\$ 24.806.358,91 (vinte e quatro milhões, oitocentos e seis mil, trezentos e cinquenta e oito reais e noventa e um centavos) destinados a veiculação de mídia e produção de conteúdo nos meios TV, Internet, Mídia Exterior e Rádio. A campanha ainda encontra-se em fase de liquidação de despesas cuja movimentação pode ser acompanhada por meio do acesso à página da SECOM <https://sistema2.planalto.gov.br/gestaosecom/liquidacao/pagamento/ordemcronologica/>.

IV) Campanha Prevenção COVID-19 veiculada de 08 a 30 de junho de 2021, com o objetivo informativo sobre os cuidados preventivos indicados pelas autoridades médicas para reduzir os riscos de contaminação pelo coronavírus.

A ação contou com investimentos alocados da ordem de R\$ 19.724.598,37 (dezenove milhões, setecentos e vinte quatro mil, quinhentos e noventa e oito reais e trinta e sete centavos) destinados a veiculação de mídia e produção de conteúdo nos meios TV, Internet, Mídia Exterior e Rádio. A campanha ainda encontra-se na etapa de liquidação de despesas que pode ser acompanhado por meio do acesso à página da SECOM <https://sistema2.planalto.gov.br/gestaosecom/liquidacao/pagamento/ordemcronologica/>.

Além dessas ações, esta SECOM realizou campanhas publicitárias para divulgação de medidas adotadas pelo Governo Federal nas diversas áreas de atuação com o objetivo de atenuar os efeitos da crise provocada pela Pandemia do Coronavírus (Covid-19) em todo Brasil.

Os valores referentes à produção publicitária constam da Planilha 7923758, conforme solicitado.

Nos termos dos mencionados contratos, celebrados pela Secretaria Especial de Comunicação Social com agências de propaganda, para a prestação de serviços de publicidade previstos na Lei nº 12.232/2010, as agências atuam por ordem e conta da SECOM e elas são responsáveis pela contratação de fornecedores de serviços de produção e pela compra de espaços publicitários junto a veículos de comunicação.

No âmbito desta secretaria não foi realizada nenhuma ação publicitária com o conceito/mote "o Brasil não pode parar", não tendo havido, portando qualquer despesa relacionada com esse tema, que foi objeto de nota oficial divulgada pela Subsecretaria de Imprensa da SECOM, página https://www.gov.br/planalto/pt-br/acompanhe-o-planalto/notas-oficiais/2020/copy_of_notas-aimprensa-3 e https://www.gov.br/planalto/pt-br/acompanhe-o-planalto/notasoficiais/2020/copy_of_notas-a-imprensa-5.

b) Critérios de escolha das celebridades e influenciadores digitais, englobando as personalidades que não cobraram cachê.

Os critérios de seleção das celebridades e influenciadores, adotados de acordo com cada ação de publicidade, foram definidos a partir dos seguintes parâmetros:

- relevância da audiência do programa/canal;
- afinidade com o público-alvo da campanha;
- disponibilidade comercial do formato do trabalho nas emissoras de TV e de Rádio, canais/páginas da Internet e/ou praças.

Convém esclarecer que a utilização de ações de publicidade com comunicadores de Rádio, TV e Influenciadores na Internet são comumente utilizados pelo mercado e há tempos integram as estratégias de comunicação propostas pelas agências de propaganda, responsáveis pelo desenvolvimento e elaboração das ações publicitárias desta Secretaria, tendo como princípio técnico o reforço da mensagem perante o público-alvo identificado com aquele comunicador/celebridade. O impacto da mensagem é maximizado na medida em que o comunicador/celebridade agrega o seu nome e reputação ao conteúdo da mensagem. Esse tipo de ação soma-se aos demais esforços de veiculação de VT, spots, peças gráficas, dentre outros conteúdos, que compõem o mix de ações estrategicamente planejados para o êxito da campanha.

Especificamente sobre a seleção de celebridades que participaram da Campanha "Coronavírus - Covid19", realizada entre março e abril de 2020, cuja veiculação foi realizada pelos veículos de divulgação na forma "pró-bono", cumpre-nos esclarecer

que as celebridades/comunicadores que foram selecionadas e se encaixaram no perfil, segundo os parâmetros e critérios acima enumerados, **aceitaram atuar sem pagamento de cachê**. Essa ação de publicidade foi realizada em conjunto com as 03 agências de publicidade contratadas desta Secretaria - Artplan, Calia e NBS/PPR, que foram responsáveis pela criação e execução do filme publicitário e das demais peças de campanha, como spot para rádio, peças gráficas para Internet e Mídia Exterior.

Na definição do elenco da campanha, **foram realizadas consultas a celebridades do chamado "show business" sobre o interesse e disponibilidade em participar sem o pagamento de cachê** sobre os direitos de voz e imagem e que apresentassem afinidade com os diversos segmentos de público na qual a sociedade brasileira está constituída.

Nas consultas realizadas resultaram as seguintes celebridades com resposta positiva e disponibilidade para o projeto:

- Dra. Ana Escobar - médica;
- Antônio Rodrigo Nogueira/Minotauro - lutador de artes marciais;
- Carlos Bertolazzi - chefe de cozinha e apresentador;
- Felipe Melo - atleta;
- Luiz Ernesto Lacombe - jornalista;
- Otávio Mesquita - apresentador
- Patati Patatá - apresentadores infantis;
- Siquera Júnior - apresentador;
- Zezé Di Camargo - cantor

c) Especificação dos valores dos cachês pagos às personalidades (celebridades e influenciadores) que participaram das campanhas relacionadas a Covid-19.

Com relação a esta questão, primeiramente esclarecemos que não houve programação com comunicadores/celebridades e influenciadores digitais nas ações Campanha Vacinação – Coronavírus com início de veiculação em 17 de abril e previsão de término em 04 de setembro de 2021 e Campanha Prevenção COVID-19 veiculada 08 a 30 de junho de 2021.

Na ação Campanha Cuidado Precoce foram realizadas ações de ações de merchandising em programas de televisão dos seguintes apresentadores:

- Benjamim Back – Arena SBT - R\$ 5.600,00
- Otávio Mesquita - Operação Mesquita - R\$ 6.300,00
- Cesar Filho - Hoje em Dia/TV Record - R\$ 93.600,00
- Sikera Jr.- Alerta Nacional/Rede TV! – R\$ 24.000,00
- Milton Neves- Terceiro tempo/ TV Band – R\$ 7.200,00
- Marcelo Carvalho – MegaSenha/ Rede TV! - R\$ 10.000,00.

A ação Cuidado Precoce contou com a programação com os seguintes influenciadores digitais:

- Flavia Viana – R\$ 11.500,00
- Pam Puertas – R\$ 2.500,00
- João Zoli – R\$ 6.000,00
- Jessica Taynara – R\$ 3.000,00.

d) Posts patrocinados pelo Governo Federal, em seus canais oficiais, identificando o valor, público-alvo, segmentação, palavras-chaves e formato utilizado em cada uma das campanhas.

Campanha “Coronavírus – Covid-19 - não houve postagens patrocinada para esta campanha;

Campanha Cuidado Precoce - anexo 7923732;

Campanha Vacinação – Coronavírus - anexo 7915602; e

Campanha Prevenção COVID-19 - anexo 7915588.

e) Relação dos fornecedores que foram contratados para veicular publicidade na internet, detalhando as campanhas veiculadas, incluindo canais de divulgação (site, aplicativo, redes sociais) e as peças publicitárias utilizadas.

Campanha "Coronavírus - Covid-19 - campanha veiculada na forma de pró-bono, portanto, sem realização de investimentos por parte desta Secretaria;

Campanha Cuidado Precoce - anexo 7923634;

Campanha Vacinação - Coronavírus - anexo 7923634 ; e

Campanha Prevenção COVID-19 - anexo 7923634.

Requer-se, ainda, cópia integral do plano de mídia ou documento similar distribuído as empresas de comunicação contratada para a circulação no meio Internet; e dos posts patrocinados nas redes sociais oficiais do Governo Federal sobre a pandemia de Covid-19.

Os planos de mídia constam nos anexos informados na resposta da letra "e" e os posts patrocinados encontram-se informados na resposta da letra "d".

III - Informações prestadas pelo Departamento de Conteúdo e Gestão de Canais - DECCG (7902130) da Secretaria de Comunicação Institucional - SECOI/SECOM:

7. O Departamento de Conteúdo e Gestão de Canais, por sua vez, juntou aos autos o documento denominado "Relatório Redes Sociais Mar/20 - Jun/2021 DECCG" (7902735) e esclareceu conforme os termos adiante colacionados:

Em atenção ao Despacho DEGEN (7825834) que remete o Requerimento nº 01046/2021 - CPIPANDEMIA, de autoria do Senador Humberto Costa (7821750), encaminhado para providências antecipadas pela Assessoria Especial de Assuntos Parlamentares por meio do Ofício Interno 6073 (7821784), seguem subsídios.

A SECOM segue empenhada em esclarecer a população sobre os cuidados e prevenção para conter a expansão da doença. Desde o começo da crise mundial, causada pela covid-19, reservamos espaço de destaque nas redes gerenciadas pela Secom à cobertura, à informação à população e às demais divulgações relacionadas à temática do coronavírus.

Nesse sentido, conforme demonstrado no Relatório de Redes Sociais 7902735, foram realizadas, aproximadamente, 7.791 publicações nas redes sociais oficiais do Governo Federal, no período de março de 2020 a junho de 2021. O referido Relatório (7902735) contempla levantamento das publicações realizadas no Instagram das três principais presenças digitais administradas pela Secom, a saber: Governo do Brasil, Planalto e Secomvc.

Dentre os temas abordados nas publicações, destacam-se:

Saúde: com orientações, serviços e entregas do Governo Federal, no sentido de informar a população sobre tudo que se fez e como ela poderia se valer dessas ações;

Economia: com programas que atenderam diretamente a milhões de brasileiros vitimados pelas consequências econômicas da crise sanitária;

Serviços sociais: destinadas a informar a população sobre ações como o Auxílio Emergencial, que socorreu a dezenas de milhões de brasileiros;

No que concerne às informações sobre a suposta campanha "O Brasil não pode parar", informamos que as postagens foram realizadas dentro de Ordem de Serviço de manutenção das Redes Sociais, no escopo do Contrato 03/2015, firmado com a agência Click Mídia Interativa S.A. - Isobar, e não por demanda específica derivada de criação de campanha. Existiu tão somente a publicação de conteúdo isolado, no contexto informacional sobre os desdobramentos da pandemia de Covid-19.

Paralelamente, solicitou-se a mesma agência, a proposição de um esboço de vídeo para a mesma temática, produzido em caráter experimental, portanto, a custo zero, para tratar da necessidade de informar a população sobre a necessidade de manter áreas essenciais da economia ativas durante o período da pandemia.

A peça seria uma proposta inicial para possível uso nas redes sociais, que teria que passar pelo crivo do Governo, mas não chegou a ser aprovada e tampouco

veiculada em qualquer canal oficial do Governo Federal, não gerando custos adicionais neste sentido. Não existiu assim, em momento algum, definição sobre se seria utilizado ou em que momento isso se daria, se fosse o caso.

A postagem replicada nos perfis institucionais administrados pela Secom tratou-se de elemento isolado de uma ação de comunicação, não se caracterizando, portanto, como uma campanha publicitária com valores específicos destinados à produção, execução e distribuição de peças publicitárias aos veículos e demais meios de divulgação, nos termos da Lei 12.232/2010.

Conforme Despacho DECAD/SIP/SECOM 1809292 "as peças impugnadas foram retiradas das redes sociais sob gestão da SECOM, em cumprimento à decisão proferida na AÇÃO CIVIL PÚBLICA Nº 5019484-43.2020.4.02.5101/RJ (Processo SEI 00001.001734/2020-58)".

CONCLUSÃO

8. Tendo em vista o informado acima pelas áreas técnicas da SECOM, encaminha-se a presente Nota informativa e seus anexos para aprovação e envio à Secretaria Especial de Comunicação Social, bem como para subsequente encaminhamento à Assessoria Especial de Assuntos Parlamentares.

9. Compõe a presente Nota, portanto, os seguintes anexos:

a) Secretaria de Publicidade e Promoção/SEPUP/SECOM:

- "Planilha Postagens Patrocinadas - Campanha Prevenção COVID" (7915588);
- "Planilha Postagens Patrocinadas - Campanha Vacinação COVID" (7915602);
- "Anexo 7923732";
- "Planilha 7923732"; e
- "Anexo 7923634".

b) Departamento de Conteúdo e Gestão de Canais/SECOI/SECOM:

- Relatório Redes Sociais Mar/20 - Jun/2021 DECGC (7902735).

À consideração superior.

ANA CLAUDIA BEDIN
Assessora Técnica

De acordo. Encaminhe-se o presente expediente, bem como os anexos referenciados, em atendimento **Requerimento de Informação nº 1046/2021** - CPI da Pandemia, nos termos acima propostos.

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

PETER ERIK KUMMER
Diretor do Departamento de Gestão e Normas

Aprovo. Encaminhe-se ao Gabinete da Secretaria Especial de Comunicação Social, com vistas ao encaminhamento à Assessoria Especial de Assuntos Parlamentares - ASPAR/MCOM, para providências quanto ao envio ao Senado Federal.

FELIPE CRUZ PEDRI
Secretário de Comunicação Institucional



Documento assinado eletronicamente por **Ana Cláudia Bedin, Assistente**, em 28/07/2021, às 19:14 (horário oficial de Brasília), com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Gustavo Henrique Ferreira Gouvêia, Coordenador-Geral de Orientações Normativas para Comunicação**, em 28/07/2021, às 19:14 (horário oficial de Brasília), com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Peter Erik Kummer, Diretor do Departamento de Gestão e Normas**, em 28/07/2021, às 20:16 (horário oficial de Brasília), com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Felipe Cruz Pedri, Secretário de Comunicação Institucional**, em 28/07/2021, às 20:37 (horário oficial de Brasília), com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <http://sei.mctic.gov.br/verifica.html>, informando o código verificador **7920426** e o código CRC **ED44977F**.

Minutas e Anexos

Não Possui.

Referência: Processo nº 53115.017695/2021-71

SEI-MCOM nº 7920426