



CONGRESSO NACIONAL

Comissão Parlamentar Mista de Inquérito para investigar os ataques cibernéticos que atentam contra a democracia o debate público; a utilização de perfis falsos para influenciar os resultados das eleições 2018; a prática de cyberbullying sobre os usuários mais vulneráveis da rede de computadores, bem como sobre agentes públicos; e o aliciamento e orientação de crianças para o cometimento de crimes de ódio e suicídio - CPMI FAKE NEWS.

REQUERIMENTO Nº , DE 2020

(Do Sr. Rui Falcão)

Requer que a Comissão Parlamentar Mista de Inquérito – CPMI Fake News, por meio de auditoria do Tribunal de Contas de União, realize ato de fiscalização e controle dos contratos de publicidade celebrados pela Secretária Especial de Comunicação Social da Presidência da República no ano de 2019.

Senhor Presidente,

Com fundamento no art. 71, IV, da Constituição Federal, combinado com o art. 151 do Regimento Comum do Congresso Nacional, e arts. 60, II, e 61 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, proponho a Vossa Excelência que, ouvido o Plenário desta Comissão Parlamentar Mista de Inquérito, sejam adotadas as medidas necessárias à realização de ato de fiscalização e controle, por meio de auditoria do Tribunal de Contas da União (TCU), dos contratos de publicidade celebrados pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República no ano de 2019, os quais podem ter sido usado para o financiamento de jogos de azar e *fake news*.

JUSTIFICATIVA

Cumprido ao Congresso Nacional, mediante controle externo e com o auxílio do Tribunal de Contas da União (TCU), proceder à fiscalização contábil, financeira, orçamentária, operacional e patrimonial da União e das entidades da administração direta e indireta, no exercício de suas competências constitucionais. Nesse sentido, o art. 71, IV, da Carta de 1988 incumbe o TCU de

IV - realizar, por iniciativa própria, da Câmara dos Deputados, do Senado Federal, de comissão técnica ou de inquérito, inspeções e auditorias de natureza contábil, financeira, orçamentária, operacional e patrimonial, nas unidades administrativas dos Poderes Legislativo, Executivo e Judiciário, e demais entidades referidas no inciso II;





CONGRESSO NACIONAL

Inscreve-se, dessarte, no rol de prerrogativas desta CPMI solicitar ao Tribunal de Contas da União que proceda às auditorias e inspeções previstas no referido dispositivo, desde que observado o escopo da investigação parlamentar para o qual foi criada a Comissão.

Demonstrado o amparo legal da presente proposta de fiscalização e controle, passa-se a relatar os fatos, que – além de denunciarem flagrantes ofensas à legalidade, à ética e aos princípios da moralidade e da impessoalidade na administração pública – guardam franca relação com o objeto deste inquérito parlamentar sobre *fake news*.

O jornal Folha de S. Paulo publicou, no dia 09 de maio corrente, matéria sob o título “Publicidade de Bolsonaro na Previdência irrigou sites de jogos de azar e *fake news*”¹, segundo a qual planilhas da própria Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República (Secom) indicam a destinação de verbas de publicidade do Governo Federal a *sites de fake news*, *sites de jogo do bicho*, *sites infantis em russo* e, ainda, a canal de apoio ao Presidente Jair Bolsonaro no YouTube, que veicularam propaganda da Reforma da Previdência no ano de 2019.

As informações referem-se apenas aos períodos de **6 de junho a 13 de julho de 2019** e **de 11 a 21 de agosto de 2019**. No entanto, desde 11 de novembro de 2019, a Secom recusou-se por duas vezes a fornecer planilhas solicitadas pelo jornal por meio do Serviço de Informação o Cidadão. A Folha de S. Paulo pedira relatório, para o período de **1º de janeiro a 10 de novembro de 2019**, de canais nos quais que veicularam anúncios do Governo Federal contratados por meio da plataforma *Google AdSense* (serviço de publicidade da Google). Após recursos contra as duas negativas da Secom, a CGU determinou, em fevereiro deste ano, que a Secretaria disponibilizasse o relatório no prazo de 60 dias contados da notificação da decisão. A Secom finalmente encaminhou ao jornal as informações – incompletas, frise-se – em 17 de abril passado, mais de cinco meses após o pedido inicial.

Segundo as planilhas da Secom, *sites de fake news* receberam verba de anúncios do Governo Federal. Um dos campeões, com 66.431 anúncios, 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. A informação oficial colide frontalmente com o depoimento do Senhor Allan

¹ Na versão digital, “Verba publicitária de Bolsonaro irrigou sites de jogos de azar e de fake news na reforma da Previdência”, disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/05/verba-publicitaria-de-bolsonaro-irrigou-sites-de-jogos-de-azar-e-de-fake-news-na-reforma-da-previdencia.shtml?utm_source=whatsapp&utm_medium=social&utm_campaign=compwa





CONGRESSO NACIONAL

Santos a esta CPMI, em novembro de 2019, quando afirmou: "Sou dono do maior portal conservador da América Latina e não recebo nenhum centavo do governo".

Chama a atenção nas planilhas, igualmente, informação sobre site o resultadosdobichotemporeal.com.br, que divulga resultados do jogo do bicho, atividade notoriamente ilegal no Brasil. O site recebeu dinheiro público pela exibição de 319.082 anúncios.

Ademais, 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 [Kids Fun](#) foi um dos campeões em anúncios, com 469.777. Outro, o canal [Get Movies](#), com 100% do conteúdo em russo, foi um dos que mais receberam anúncios: total de 101.532 impressões, conforme a tabela da Secom. "O destino no YouTube para russos que querem assistir a desenhos animados e outros tipos de programa para a família", diz a descrição do [Get Movies](#).

As planilhas da Secom registram, ainda, gastos de verba publicitária com sites e canais que promovem o Presidente Jair Bolsonaro. Foram 5.067 anúncios no [Bolsonaro TV](#), descrito como "canal dedicado em apoiar o Presidente da República, Jair Messias Bolsonaro".

Aplicativos para celular como [Brazilian Trump](#), [Top Bolsonaro Wallpapers](#) e [Presidente Jair Bolsonaro](#) também veicularam a campanha. Ainda segundo a planilha, foram veiculados anúncios em *sites* de políticos eleitos, como o do Senador Flávio Bolsonaro (Republicanos-RJ).

A Secom contrata agências de publicidade, que compram espaços por meio do serviço GoogleAdSense para veicular campanhas em *sites*, canais do YouTube e aplicativos para celular. O serviço permite exibir anúncios em texto, imagem e vídeo, gerando lucro de acordo com a quantidade de cliques ou de visualizações. Usando os filtros do Google, o anunciante escolhe que tipo de público quer atingir, em que tipos de *sites* não quer que sua campanha seja veiculada e quais palavras-chave devem ser vetadas. É possível, assim, que o anunciante ou a agência de propaganda que o representa excluam, por exemplo, sites ou canais infantis, de conteúdo político, pornográfico ou ilegal. Então o próprio Google distribui os anúncios aos *sites* ou canais do YouTube que cumpram os critérios estabelecidos pelo anunciante – no caso, o Governo Federal, por meio da Secom. No final, o anunciante recebe relatório sobre seus anúncios, informando todos os sites, aplicativos e canais do YouTube que veicularam a campanha publicitária contratada.

Em nota, a Secom afirmou que

a plataforma de anúncios da Google atua automaticamente a partir de parâmetros para a entrega do conteúdo publicitário aos públicos de interesse. As definições são abrangentes e não determinam com



CD/20478:93668-00



CONGRESSO NACIONAL

exatidão o local na internet em que o anúncio será veiculado. Porém, neste caso específico, buscou-se perfis reconhecidos pela ferramenta do Google que tenham afinidade para o tema “Previdência” e demais correlações de acordo com sintaxe para o tema da campanha.

[...]

Foram realizados comandos para o bloqueio da entrega da publicidade em sites de conteúdos impróprios, que incitem a violência ou que atentem contra os direitos humanos. Trata-se de procedimento padrão, em cumprimento às diretrizes da lei 6.555/2008.

Segundo a Folha de S. Paulo, as planilhas não especificam o total gasto pela Secom com os anúncios. Em maio de 2019, a Secretaria anunciou que gastaria R\$ 37 milhões em inserções publicitárias sobre a reforma da Previdência, em televisão, internet, jornais, rádio, mídias sociais e painéis em aeroportos. O montante pago pela Secom é dividido entre o Google e o *site* ou canal do YouTube. As porcentagens do Google variam, de 40% a 20% ou menos, dependendo da negociação entre os *sites* e a plataforma.

Considerando-se tais fatos pertinentes ao objeto desta Comissão Parlamentar Mista de Inquérito, proponho seja encaminhado ao Tribunal de Contas da União pedido de auditoria de contratos da Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República, de forma a abranger todos os contratos de publicidade realizados por aquele órgão no período de **1º de janeiro a 31 de dezembro de 2019**, para veiculação de propaganda em todas as mídias (jornais, revistas, rádio, televisão, internet), incluindo contratos com a plataforma *Google AdSense*.

Diante da relevância e gravidade das informações ora relatadas, peço o apoio dos nobres pares para a aprovação da presente proposta.

Sala da Comissão, de de 2020.

Deputado **Rui Falcão**
(PT-SP)



CD/20478:93668-00