



**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 N°           , DE 2020**

(Do Sr. Rui Falcão)

Requer a convocação do Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Governo da Presidência da República, Senhor Luiz Eduardo Ramos Baptista Pereira, para prestar depoimento sobre a destinação de verbas de publicidade do Governo Federal a sites, aplicativos de telefone celular e canais de YouTube que veiculam conteúdo considerado inadequado – em aditamento ao Requerimento nº 441/2020).

Senhor Presidente,

Com fundamento no art. 58, §§ 2º, II, e 3º da Constituição Federal; no art. 151 do Regimento Comum do Congresso Nacional; nos arts. 93, II, e 148 do Regimento Interno do Senado Federal e no art. 36, II do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, e em aditamento ao Requerimento nº 441/2020 de minha autoria, requero a Vossa Excelência seja submetido à deliberação do Plenário desta Comissão Parlamentar Mista de Inquérito o presente Requerimento de convocação do Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Governo da Presidência da República, Senhor Luiz Eduardo Ramos Baptista Pereira, a fim de prestar depoimento sobre a destinação de verbas de publicidade do Governo Federal, por meio da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom) a sites, aplicativos de telefone celular e canais de YouTube que veiculam conteúdo considerado inadequado, conforme relatório da Consultoria Legislativa da Câmara dos Deputados.





## CONGRESSO NACIONAL

### JUSTIFICATIVA

Relatório produzido pela Consultoria Legislativa da Câmara dos Deputados, a pedido da Relatoria desta CPMI, identificou **2,065 milhões de anúncios pagos** com verba da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom) em sites, aplicativos de telefone celular e canais de YouTube que veiculam **conteúdo considerado inadequado**. Divulgado em 02 de junho corrente, o relatório apresenta e analisa dados que corroboram o teor do Requerimento nº 441/2020, de minha autoria, nesta Comissão.

O documento constata, ao analisar **dados da Secom referentes ao período entre 6 de junho e 13 de julho de 2019**, que grande número de canais que veicularam publicidade do Governo Federal é composto por meios de baixa qualidade, que se dedicam a difundir notícias sobre jogos de azar ilegais, a desrespeitar os direitos de autor ou de transmissão, a veicular notícias falsas, a anunciar investimentos ilegais ou a difundir conteúdo pornográfico, entre outros. Um exemplo destacado pelo relatório é o do portal Resultados Jogo do Bicho (<http://www.resultadosdobichotemporeal.com.br>), site que mais recebeu publicidade oficial por meio do programa Google AdSense no período analisado.

Outro relevante aspecto da análise trata da “falha intensa” da publicidade governamental em atingir o público-alvo e alcançar o objetivo da ação de comunicação, notadamente durante a campanha da nova Previdência. O objetivo daquela campanha seria o convencimento do público brasileiro **adulto** acerca da conveniência e oportunidade da alteração nas regras da previdência propostas pelo Governo. Observou-se, contudo, e de forma mais evidente no YouTube, que

*parte considerável das impressões terminou sendo veiculada em canais de conteúdo majoritariamente destinado ao público infanto-juvenil, redundando em **desperdício de recursos públicos**.*

*Dos 20 canais de YouTube que mais veicularam impressões da campanha da Nova Previdência no período analisado, 14 são primordialmente destinados ao público infanto-juvenil. Um deles, o Get Movies<sup>1</sup>, não apenas é destinado ao público infantil como também tem 100% do seu conteúdo em russo – mas, ainda assim, veiculou 101.532 impressões da campanha publicitária da Nova Previdência. Juntos, esses 14 canais infanto-juvenis concentraram 2.392.556 das 12.026.980 impressões da campanha da Nova Previdência veiculadas no YouTube entre 06 de junho e 13 de julho de 2019 (19,89% de todos os anúncios veiculados no YouTube nesse período).*

<sup>1</sup> 1 Disponível em <http://youtube.com/channel/UCIZkHt2kNlgyrTTPnSQV3SA>. Acesso em 23 de abril de 2019.



CD/20242.28403-00



## CONGRESSO NACIONAL

Sites de notícias falsas também receberam grande número de impressões de anúncios do Governo Federal. Um dos campeões de veiculação, com 66.431 impressões, foi o “Sempre Questione” (<http://www.semprequestione.com>), portal com conteúdo sobre múmias alienígenas escondidas em pirâmides do Egito, colisores de átomos que abrem portais para o inferno e baleias encontradas em fazendas a centenas de quilômetros do litoral, entre outras excentricidades

Canais dedicados a promover a imagem do Presidente da República também estão entre os anunciantes do Governo Federal. Nesta categoria, incluem-se o canal de YouTube Bolsonaro TV (<http://youtube.com/channel/UCQnsO3lTUtDQLMaW997qbFA>) e os aplicativos para celular “Brazilian Trump”, “Top Bolsonaro Wallpapers” e “Presidente Jair Bolsonaro”.

Chama, ainda, a atenção o fato de a Secom só haver fornecido dados referentes a 38 dias, entre 6 de junho e 13 de julho de 2019, embora a Consultoria Legislativa tenha solicitado, por meio da Lei de Acesso a Informação (LAI), dados do período entre janeiro e novembro de 2019. Além disso, foi preciso a Consultoria recorrer três vezes da decisão da Secom, que inicialmente negou o pedido sob a alegação de que o atendimento da demanda exigiria “trabalhos adicionais de análise, interpretação ou consolidação de dados e informações”. A mesma dificuldade enfrentou o jornal Folha de S. Paulo quando apurava a matéria que publicou, em 09 de maio passado, sob o título “Publicidade de Bolsonaro na Previdência irrigou sites de jogos de azar e fake news”<sup>2</sup>.

Considerando a gravidade das informações divulgadas no relatório da Consultoria Legislativa, que, além de atinentes ao objeto da investigação conduzida por esta Comissão Parlamentar Mista de Inquérito, denunciam flagrantes ofensas à legalidade, à ética e aos princípios constitucionais da moralidade, impessoalidade, eficiência e eficácia na administração pública, requero a convocação do Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Governo da Presidência da República, Senhor Luiz Eduardo Ramos Baptista Pereira, a fim de prestar depoimento sobre o uso da verba de publicidade pelo Governo Federal no ano de 2019.

---

<sup>2</sup> 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](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**

Peço o apoio dos nobres pares para a aprovação do presente  
Requerimento.

Sala da Comissão, de de 2020.

---

Deputado **Rui Falcão**  
(PT-SP)



CD/20242.28403-00