



**TIPO DE TRABALHO:** INFORMAÇÃO TÉCNICA

**SOLICITANTE:** CPMI Fake News

**ASSUNTO:** Canais nos quais os anúncios do Governo Federal contratados por meio da plataforma Google Adwords foram exibidos, no período de 1º de janeiro a 10 de novembro de 2019.

**AUTORES:** Cristiano Aguiar Lopes  
Consultor Legislativo da Área XIV  
Ciência e Tecnologia, Comunicação Social, Informática,  
Telecomunicações e Sistema Postal

Daniel Chamorro Petersen  
Consultor Legislativo da Área XXII  
Direito Penal, Direito Processual Penal e Procedimentos  
Investigatórios Parlamentares



## 1 – DADOS GERAIS

Em 11 de novembro de 2019, solicitamos à Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM), por meio do Sistema Eletrônico do Serviço de Informação ao Cidadão (e-SIC), relatório de canais nos quais os anúncios do Governo Federal contratados por meio da plataforma Google Adwords foram exibidos, para o período de 01/01/2019 a 10/11/2019. A solicitação foi registrada sob o protocolo 00077.003303/2019-17. O acesso a tais dados foi inicialmente negado, tanto em primeira quanto em segunda instância, sob a alegação de que o atendimento da demanda exigiria “trabalhos adicionais de análise, interpretação ou consolidação de dados e informações”.

Contudo, em 27 de fevereiro de 2020, a Controladoria-Geral da União (CGU), instada por recurso apresentado em 3ª instância, decidiu pelo conhecimento e provimento de tal recurso, determinando que a SECOM deveria disponibilizar, no prazo de 60 dias contados da notificação da decisão, “relatório de canais onde os anúncios do Governo Federal contratados por meio da plataforma Google Adwords foram exibidos, para o período de 01/01/2019 a 10/11/2019”, consoante descrito no pedido inicial.

Desse modo, para atendimento da decisão da CGU, a SECOM deveria fornecer, no mínimo, os dados referentes aos processos 00170.003066/2019-18 (pagamento em 01/10/2019) e 00170.003376/2019-32 (pagamento em 14/10/2019), cujos anúncios por certo foram realizados no período compreendido no pedido de acesso a informações (1º de janeiro a 10 de novembro de 2019).

Em 17 de abril de 2020 – mais de cinco meses após a apresentação do pedido inicial – finalmente a SECOM apresentou documento por meio do qual, segundo o órgão, dava cumprimento à decisão proferida pela Controladoria-Geral da União. Deve-se ressaltar, contudo, que embora o pedido original solicitasse informações acerca dos anúncios veiculados por meio do programa Google AdSense para o período de 1º de janeiro de 2019 a 10 de novembro do mesmo ano, os dados ofertados pela SECOM abrangem período muito mais curto, que vai apenas de 06 de junho a 13 de julho de 2019.



Contudo, ainda que abrangendo período relativamente curto, os dados fornecidos pela SECOM permitem construir um rico panorama acerca das impressões de peças publicitárias do governo federal em canais de internet por meio do programa Google AdSense. De acordo com o documento encaminhado pelo órgão, 65.533 canais de internet receberam anúncios do Governo Federal nessas datas. Esses canais são divididos em três categorias: sites (4.018 canais); aplicativos para celular (13.704 canais) e canais do YouTube (47.811 canais). No total, foram realizadas, nesses canais e nesse período, mais de 47 milhões de impressões de anúncios do Governo Federal. As tabelas 1 e 2 detalham os dados gerais fornecidos pela SECOM:

Tabela 1: anúncios por tipo de canal

<b>Tipo de canal</b>	<b>Número de canais</b>	<b>Número de impressões</b>
Sites	4.018	4.418.653
Aplicativos de celular	13.704	27.137.839
Canais de YouTube	47.811	15.631.555
<b>TOTAL</b>	<b>65.533</b>	<b>47.188.047</b>

Tabela 2: Anúncios por campanha

<b>Anúncios – por campanha</b>	
<b>Campanha</b>	<b>Número de impressões</b>
YT – Geral 1	4.304.117
Nova Previdência – YT – 10”	11.940.494
Nova Previdência – GDN	30.943.436
<b>TOTAL</b>	<b>47.188.047</b>

## **2 – ANÁLISE DE TARGET**

O termo em inglês *target* denomina “alvo” ou “objetivo a ser atingido”. Em publicidade, “target” designa os objetivos gerais que se quer atingir com a estratégia de comunicação, o que inclui, em grande medida, o



público-alvo que se pretende alcançar com uma ação de comunicação. No caso da campanha da Nova Previdência, por exemplo, o *target*, por certo, seria o convencimento do público brasileiro adulto acerca da conveniência e oportunidade da alteração nas regras da previdência propostas pelo Governo.

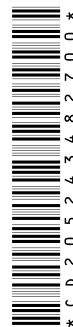
Contudo, ao avaliarmos a destinação da publicidade da campanha “Nova Previdência”, é possível notar uma falha intensa de *target*. Essa falha fica mais evidente na divulgação por meio do YouTube, pois parte considerável das impressões terminou sendo veiculada em canais de conteúdo majoritariamente destinado 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). A tabela 3 traz os 20 canais com maior número de impressões da campanha da reforma da previdência.

Tabela 3: Vinte canais que mais veicularam inserções da campanha “Nova Previdência” do Governo Federal entre 06 de junho e 13 de julho de 2019.

Canal	URL do canal	Infanto-Juvenil	Impressões
Kids Fun	<a href="http://youtube.com/channel/UC6paX0kLA8D81aYogceMufw">http://youtube.com/channel/UC6paX0kLA8D81aYogceMufw</a>	S	469.777
Planeta das	<a href="http://youtube.com/channel/UCqqGXzmJn6biINRt5OILmRQ">http://youtube.com/channel/UCqqGXzmJn6biINRt5OILmRQ</a>	S	420.916

<sup>1</sup> Disponível em <http://youtube.com/channel/UCIZkHt2kNIgyrTTPnSQV3SA>. Acesso em 23 de abril de 2019



Gêmeas			
Turma da Mônica	<a href="http://youtube.com/channel/UCV4XcEqBswMCryorV_gNENw">http://youtube.com/channel/UCV4XcEqBswMCryorV_gNENw</a>	S	187.893
Totoykids	<a href="http://youtube.com/channel/UCy7whoHQXzhYxp9AQmrPFVw">http://youtube.com/channel/UCy7whoHQXzhYxp9AQmrPFVw</a>	S	175.649
MoonKase	<a href="http://youtube.com/channel/UCB6p9IMf6rczdFStOJ1eNA">http://youtube.com/channel/UCB6p9IMf6rczdFStOJ1eNA</a>	S	144.384
Renato Garcia	<a href="http://youtube.com/channel/UChMJkHCD2wvSO7CMOuLR-w">http://youtube.com/channel/UChMJkHCD2wvSO7CMOuLR-w</a>	N	137.320
Canal Rodrigo Mota TV	<a href="http://youtube.com/channel/UCG48BTOEjAgIDb9pgTFBi9g">http://youtube.com/channel/UCG48BTOEjAgIDb9pgTFBi9g</a>	N	134.139
GahMarin	<a href="http://youtube.com/channel/UCgtusY_DqZ94PWwP2s0STfQ">http://youtube.com/channel/UCgtusY_DqZ94PWwP2s0STfQ</a>	S	128.847
GR6 EXPLODE	<a href="http://youtube.com/channel/UCNUQK9mQoqi4yNXw2_Rj6SA">http://youtube.com/channel/UCNUQK9mQoqi4yNXw2_Rj6SA</a>	N	123.709
João Caetano	<a href="http://youtube.com/channel/UCp8i4boXFm2UB3te86RxAZQ">http://youtube.com/channel/UCp8i4boXFm2UB3te86RxAZQ</a>	N	120.416
Renan Fiorini	<a href="http://youtube.com/channel/UCPJ6Diqv10p-rOfWdKSRs9w">http://youtube.com/channel/UCPJ6Diqv10p-rOfWdKSRs9w</a>	S	109.414
MILENINHA	<a href="http://youtube.com/channel/UCMQGjL7ft6aNLKPP5xN-P3A">http://youtube.com/channel/UCMQGjL7ft6aNLKPP5xN-P3A</a>	S	108.432
MundoBitaVEVO	<a href="http://youtube.com/channel/UCsr34saf-NXrh11hk4ESRdQ">http://youtube.com/channel/UCsr34saf-NXrh11hk4ESRdQ</a>	S	103.821
Get Movies	<a href="http://youtube.com/channel/UCIZkHt2kNIgyrTTPnSQV3SA">http://youtube.com/channel/UCIZkHt2kNIgyrTTPnSQV3SA</a>	S	101.532
Fran para meninas	<a href="http://youtube.com/channel/UC6MtPHJ6axc8iXPmHYLqC-A">http://youtube.com/channel/UC6MtPHJ6axc8iXPmHYLqC-A</a>	S	91.993
O Reino Infantil	<a href="http://youtube.com/channel/UCooY3HgjOMWoDpIHMDM4ghQ">http://youtube.com/channel/UCooY3HgjOMWoDpIHMDM4ghQ</a>	S	91.567
Mundo Kids	<a href="http://youtube.com/channel/UCqdTNaVyhHuKkKLGgsYzXig">http://youtube.com/channel/UCqdTNaVyhHuKkKLGgsYzXig</a>	S	89.944
Bia Lobo	<a href="http://youtube.com/channel/UCFEftJwDA4QOZ7QgHXD3Y1Ww">http://youtube.com/channel/UCFEftJwDA4QOZ7QgHXD3Y1Ww</a>	S	86.793
Bruno Correa	<a href="http://youtube.com/channel/UC28NhCvMistzR3YxZ9TqSEQ">http://youtube.com/channel/UC28NhCvMistzR3YxZ9TqSEQ</a>	N	83.783
KidsChannel BR	<a href="http://youtube.com/channel/UCx5tu3UKq2R11Aenk4OUIHg">http://youtube.com/channel/UCx5tu3UKq2R11Aenk4OUIHg</a>	S	81.594

### 3 – VEICULAÇÃO EM CANAIS INAPROPRIADOS

Na amostra disponibilizada pela SECOM, foi possível também observar que um 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 notório é do portal [Resultados](http://www.resultadosdobichotemporeal.com.br) [Jogo](http://www.resultadosdobichotemporeal.com.br) [do](http://www.resultadosdobichotemporeal.com.br) [Bicho](http://www.resultadosdobichotemporeal.com.br) (<http://www.resultadosdobichotemporeal.com.br>), site que mais recebeu



publicidade oficial por meio do programa AdSense no período analisado (319.082 impressões).

Sites de notícias falsas também atraíram um 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>). O portal traz “matérias” 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.

Destaque-se, também a existência de canais dedicados a promover a imagem do Presidente da República entre os anunciantes do Governo Federal. Nesta categoria, podemos citar o canal de YouTube Bolsonaro TV (<http://youtube.com/channel/UCQnsO3ITUtDQLMaW997qbFA>) e os aplicativos para celular “Brazilian Trump”, “Top Bolsonaro Wallpapers” e “Presidente Jair Bolsonaro”. A veiculação de anúncios, pela SECOM, em canais desse tipo pode gerar questionamento com base no § 1º do art. 37 da Constituição, pois abre a possibilidade de se interpretar tal fato como utilização da publicidade oficial para promoção pessoal, conduta vedada pela Carta Magna.

Além desses, também há canais de anúncio do Governo Federal que compartilham conteúdo sexual, que desrespeitam os direitos de autor ou de transmissão, que divulgam ofertas ilegais de investimento ou que pertencem a titulares de cargos eletivos. Além desses, há um número considerável de canais de YouTube removidos por descumprimento das regras da plataforma que figura entre as plataformas receptoras de anúncios do governo federal.

Ao todo, foram identificadas 2.065.479 impressões de anúncios do Governo Federal em canais de conteúdo inadequado (4,37% das 47.188.047 impressões avaliadas). A tabela 4 traz um resumo dos principais achados acerca das categorias de canais com conteúdo inapropriado que receberam anúncios do Governo Federal no período avaliado.



Tabela 4: Categorias de canais com conteúdo inadequado que publicaram anúncios do Governo Federal entre 06 de junho e 13 de julho de 2019.

<b>Categoria de conteúdo inadequado</b>	<b>Número de canais</b>	<b>Impressões</b>
Conteúdo sexual	4	27
Desrespeito a direitos de autor ou de transmissão	22	477.495
Canais removidos do YouTube por descumprimento de diretrizes	741	240.407
Jogos de azar ilegais	12	657.905
Notícias falsas	47	653.378
Ofertas de investimentos ilegais	7	4.092
Promoção pessoal de autoridades	5	5.222
Titular de cargo eletivo	5	26.953
<b>TOTAL</b>	<b>843</b>	<b>2.065.479</b>

#### 4 – CONCLUSÃO

Nesta análise, foi possível comprovar a existência de inserção de publicidade em sites de notícias falsas, incluindo diversos que já vêm sendo monitorados pela CPMI. Destaquem-se, por exemplo, os sites Jornal 21 Brasil (84.248 impressões), Imprensa Viva (65.661 impressões), Gospel Prime (44.750), Diário do Brasil (36.551 impressões) e Jornal da Cidade Online (30.508 impressões).

Chama a atenção, também, o fato de o canal de YouTube Terça Livre TV (<http://youtube.com/channel/UC7qK1TCeLAr8qOeclO-s39g>), pertencente ao Sr. Allan dos Santos, integrar a lista de veículos que receberam publicidade oficial, com 1.447 impressões. Em oitiva realizada pela CPMI das Fake News em 05 de novembro de 2019, o Sr. Allan dos Santos afirmou que



seus veículos de comunicação, incluindo o canal de YouTube Terça Livre TV, “não recebem dinheiro da Secom”. Contudo, os dados disponibilizados pela Secretaria demonstram que o canal Terça Livre TV recebeu verbas de publicidade do Governo Federal, por meio do programa Google AdSense. Necessário, portanto, formular questionamento àquela secretaria para quantificar exatamente o montante pago ao canal em todo o período de vigência do contrato com o Google AdSense, tendo em vista que tivemos acesso apenas aos dados parciais compreendidos entre 06 de junho e 13 de julho de 2019.

Além disso, fica claro que a utilização do programa Google AdSense pela Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República gerou várias incorreções na condução da política de publicidade oficial da Presidência da República. Como pudemos observar, houve descontrole do *target* das ações publicitárias, o que redundou em desperdício de recursos públicos. Adicionalmente, o dinheiro da publicidade oficial terminou por ser empregado em diversos canais com conteúdo inadequado, fazendo com que a imagem do Governo Federal fosse veiculada em canais de baixa qualidade e associada a conteúdos falsos, criminosos, de cunho sexual ou referentes a promoção pessoal do Presidente da República.

Por fim, há de se observar que a utilização do programa Google AdSense gerou graves problemas de falta de transparência na condução da política de comunicação do Governo Federal. Ao contrário do que ocorre nas outras modalidades de publicidade, há pouco controle sobre os reais fornecedores do espaço publicitário, já que o sistema da SECOM identifica todos os anúncios publicados na rubrica “Google AdSense”, sem identificação dos veículos anunciantes. Além disso, é muito difícil ou mesmo impossível identificar os proprietários da maior parte dos canais que recebem anúncios do Governo Federal por meio do Google AdSense, algo que põe em risco a avaliação do cumprimento dos requisitos legais necessários para que uma entidade se habilite como fornecedor de um produto ou um serviço ao Poder Público.





Por fim, informamos que segue, anexa a este trabalho, planilha com todos os casos de veiculação de publicidade oficial em canais com conteúdo inadequado identificados para a realização desta Informação. Também estão disponíveis os dados brutos encaminhados pela SECOM, que poderão ser entregues posteriormente em mídia, visto que o elevado tamanho do arquivo original dificulta sobremaneira sua transmissão por meio da rede.

Consultoria Legislativa, em 23 de abril de 2020.

CRISTIANO AGUIAR LOPES, DANIEL PETERSEN  
Consultores Legislativos

2019-23400

