



DEPARTAMENTO DE TAQUIGRAFIA, REVISÃO E REDAÇÃO

NÚCLEO DE REDAÇÃO FINAL EM COMISSÕES

TEXTO COM REDAÇÃO FINAL

Versão para registro histórico

Não passível de alteração

CPI - CRIMES CIBERNÉTICOS			
EVENTO: Audiência Pública	REUNIÃO Nº: 2002/15	DATA: 08/10/2015	
LOCAL: Plenário 3 das Comissões	INÍCIO: 10h00min	TÉRMINO: 13h03min	PÁGINAS: 71

DEPOENTE/CONVIDADO - QUALIFICAÇÃO

EDINHO SILVA - Ministro de Estado da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República — SECOM.
ORLANDO MARQUES - Presidente da Associação Brasileira de Agências de Publicidade — ABAP.
SANDRA MARTINELLI - Presidente-Executiva da Associação Brasileira de Anunciantes - ABA.

SUMÁRIO

Anúncio de recebimento de expedientes pela Comissão. Debate acerca da publicidade na Internet.

OBSERVAÇÕES

Houve exibição de imagens.
Houve intervenções simultâneas ininteligíveis.
Houve expressão ininteligível.



A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Bom dia. Declaro aberta a 20ª reunião ordinária deliberativa e de audiência pública da CPI dos Crimes Cibernéticos

Comunico o recebimento das seguintes correspondências:

Ofício da Procuradoria Regional da República do Ministério Público Federal da 2ª Região, no qual a Coordenadora do Grupo de Trabalho de Combate aos Crimes Cibernéticos, Neide Cardoso de Oliveira, encaminha cópia das ações civis públicas ajuizadas contra os provedores Facebook, Serviços Online do Brasil, Google e Yahoo, quanto ao cumprimento da Lei nº 12.956, Marco Civil da Internet, e sobre o fornecimento de informações requisitadas por autoridades judiciais brasileiras;

Ofício também da Procuradoria Regional da República da 2ª Região, no qual a Coordenadora do Grupo de Trabalho de Combate aos Crimes Cibernéticos, Neide Cardoso de Oliveira, encaminha cópias dos termos de ajuste de conduta firmados entre o Ministério Público Federal e os provedores de conteúdo do Estado do Rio de Janeiro e de São Paulo.

Esses documentos foram digitalizados e serão encaminhados às caixas de e-mail institucional dos membros desta Comissão.

A CPI também recebeu ofício do Diretor-Geral da Polícia Federal, Sr. Leandro Coimbra, indicando o Delegado da Polícia Federal, Valdemar Neto, para prestar apoio à CPI.

Ordem do dia: audiência.

A reunião de hoje tem como pauta na audiência pública tratar da publicidade na Internet. A audiência tem fundamento no Requerimento nº 73/2015, proposto pelo Deputado Sandro Alex, Sub-Relator da Comissão da área de crimes contra o sistema financeiro e comércio virtual.

Esta audiência conta com a presença do Ministro da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, Ministro Edinho Silva; do Presidente da Associação Brasileira de Agências de Publicidade, Sr. Orlando Marques, e da Presidente-Executiva da Associação Brasileira de Anunciantes, Sra. Sandra Martinelli.



Quero convidar também para compor a Mesa o Sr. Orlando Marques, Presidente da Associação Brasileira de Agências de Publicidade; convido também a Sra. Sandra Martinelli.

Como o Ministro já havia informado previamente que havia assumido compromisso ainda na manhã de hoje, nós vamos proceder da seguinte forma: nós ouviremos o Ministro, faremos o debate com os Parlamentares e, em seguida, passaremos a palavra aos nossos demais convidados. Encerrada a fala do Ministro, vou conceder a palavra ao Relator, aos Sub-Relatores e ao autor do requerimento, nos termos do nosso acordo de procedimentos.

Primeiramente, quero agradecer a V.Exa., Ministro, ter aceitado o convite e vir colaborar com o andamento da nossa Comissão Parlamentar de Inquérito.

Eu concedo a V.Exa.. Ministro Edinho Silva, tempo para fazer sua apresentação.

O SR. MINISTRO EDINHO SILVA - Muito bom dia a todas e a todos.

Quero, primeiramente, agradecer a oportunidade de vir aqui dialogar com esta Comissão, que, eu não tenho nenhuma dúvida, tem tido e terá um papel fundamental para aprimorar a nossa legislação e também os nossos instrumentos de comunicação social.

Quero agradecer o convite feito pela nossa Presidente Mariana Carvalho e pelo Deputado Leo de Brito, bem como cumprimentar aqueles que compõem esta Mesa comigo: Orlando Marques e Sandra Martinelli.

Eu vou fazer aqui uma breve exposição, procurando privilegiar o diálogo com a Comissão. Portanto, durante o diálogo, se houver necessidade, vou aprofundar outras informações.

Todas as ações da SECOM — Secretaria de Comunicação Social do Governo Federal, suas ações de comunicação publicitária, seguem os critérios técnicos que são estabelecidos por instruções normativas. O nosso principal objetivo — e nós temos trabalhado muito neste sentido — é que haja uma desconcentração dos nossos investimentos em comunicação social, tanto as campanhas informativas como as campanhas de apoio às ações do Governo; não só a desconcentração do ponto de vista da regionalização, que tem sido uma das metas buscadas pela SECOM, mas também uma desconcentração dos modais. Ou seja, que nós



possamos utilizar todos os modais de comunicação no sentido de não só aperfeiçoar a nossa comunicação, mas também que possamos alcançar todos os setores da sociedade.

Para melhor aproveitamento das opções disponíveis no mercado e maior efetividade da nossa comunicação, a SECOM avalia regularmente a evolução do uso dos meios de mídia e tem constatado o grande crescimento das mídias digitais.

Portanto, nós temos por método estabelecer pesquisas regulares, em que se possa medir o alcance da comunicação do Governo por meio dos modais e ir atualizando, portanto, os investimentos. Ou seja, nós desconcentramos investimentos de acordo com a audiência de cada modal.

Nesse sentido, apenas como parâmetro, houve de 2004 a 2015 um crescimento de 142% da audiência da comunicação por meio da Internet. Então, é um dado importante, relevante, e hoje a Internet já possui o terceiro maior alcance, só perdendo para TV aberta e rádio.

Seguindo as diretrizes da desconcentração e diversificação do cadastro de veículos utilizados para veiculação das campanhas publicitárias, vale ressaltar que esse cadastro cresce ano a ano, e, também para que tenhamos dimensão disso, em 2003, havia 499 veículos de Internet cadastrados na SECOM, e, em 2015, são 10.960 veículos de Internet cadastrados na SECOM.

Seguindo a dinâmica natural do mercado, o Governo Federal utiliza os mais diversos meios de mídia, compatibilizando sua representatividade com as diferentes necessidades de comunicação.

Em termos de investimento, outro dado importante é que, em 2010, devido a essa aferição de audiência, foram investidos 77,3 milhões em publicidade por meio da Internet. Só em 2014 foram 196,8 milhões de reais investidos em publicidade nos veículos de Internet, o que representa, aproximadamente, de todo o Governo Federal, algo em torno de 8,5% do que foi investido.

Tratando-se especificamente do meio digital, observa-se um crescimento significativo nos últimos anos compatível com a evolução dos hábitos de consumo de mídia.



Para que se tenha apenas outra dimensão disso, em 2014, só a SECOM investiu por volta de 24,7 milhões de reais em publicidade por meio da Internet; o Governo Federal, em 2014, como eu havia dito, investiu 196,8 milhões de reais.

Os grandes portais e redes sociais concentram a maior parte dos investimentos em mídia digital, tendo em vista a grande representatividade de sua audiência.

Portanto, se seguirmos os critérios técnicos de audiência, nós, portanto, constataremos a presença dos grandes portais. Eles obtiveram direcionamento este ano, em 2015, de 38,8 milhões de reais; as mídias sociais, 31,5; as redes de conteúdo, 14,9. É só um exemplo deste momento, porque esse número, evidentemente, deve evoluir.

Sobre os grandes portais, depois eu vou deixar com a Presidente da Comissão todo o ranqueamento, assim como o ranqueamento das redes sociais para que a Comissão tenha todas as informações necessárias sobre o que é investido em publicidade, por meio da SECOM.

Em 2015, já veiculamos 13 campanhas publicitárias. Até o momento, nós investimos — a SECOM — 158 milhões de reais nessas campanhas. Em relação às campanhas, além da publicidade, o Governo Federal também utiliza seus canais próprios de Internet, para fazer a comunicação com a sociedade, como o Portal do Planalto, o Portal Brasil, o *site* da SECOM, o Dialoga Brasil, o Facebook do Palácio do Planalto, o Twitter do Planalto e do Portal Brasil, e o Instagram do Planalto e do Portal Brasil.

Portanto, nós entendemos que está cada vez mais forte o uso das mídias sociais. O Governo Federal preocupa-se em adotar critérios técnicos e práticas cada vez mais modernos para aproveitar, com segurança, o potencial das mídias sociais.

Nós temos adotado também a metodologia de regionalização. Portanto, toda regionalização das campanhas de comunicação do Governo Federal está direcionada para a Internet. Os portais regionais têm sido alcançados pela política de comunicação do Governo Federal. Portanto, há um mapeamento hoje de cada cidade brasileira: quem tem portal, quem tem mídias sociais. E ainda relação às nossas campanhas, quando nós descentralizamos rádio, televisão, jornais, descentralizamos também a comunicação por meio da Internet.



Então, Presidenta, eu ficaria por aqui e aproveitaria o restante do tempo para dialogar com a Comissão.

Obrigado.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Obrigada, Ministro. Depois que V.Exa. nos passar todas as informações, vamos tirar cópias e passá-las a todos os membros desta Comissão.

Concedo a palavra ao Relator, Esperidião Amin.

O SR. DEPUTADO ESPERIDIÃO AMIN - Presidente, eu me reservo a fazer os meus comentários e as minhas considerações posteriormente.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Com a palavra o Sub-Relator e autor do requerimento, Deputado Sandro Alex.

O SR. DEPUTADO SANDRO ALEX - Presidente, eu gostaria de utilizar o painel, fazer uma apresentação e expor aqui à Comissão sobre a audiência pública.

O SR. DEPUTADO ESPERIDIÃO AMIN - V.Exa. foi o requerente, não foi?
(*Pausa.*)

Sra. Presidente, como o requerente foi o nosso Sub-Relator Sandro Alex, é pertinente que S.Exa. faça os comentários. Depois, V.Exa. me concede a palavra.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Está acatado. Tem a palavra o Deputado Sandro Alex.

O SR. DEPUTADO SANDRO ALEX - Bom dia, senhoras e senhores, nossa Presidente, Deputada Mariana Carvalho, nosso Vice-Presidente, Leo de Brito, agradeço aqui a presença, a convite da nossa CPI, do Ministro Edinho Silva e também do Sr. Orlando e da Sra. Sandra, que hoje estão conosco debater um tema relevante dentro da CPI dos Crimes Cibernéticos.

Eu recebi a incumbência do nosso Relator, Esperidião Amin, de ser o Sub-Relator para a área de publicidade na Internet e gostaria de trazer alguns dados importantes e relevantes para a nossa CPI nesta manhã. Quero fazer uma abordagem aqui do mercado brasileiro.

(*Segue-se exibição de imagens.*)

Segundo informações aqui do *Valor*, a publicidade na Internet deve crescer 14% no Brasil em 2015. O próprio Ministro nos relatou agora a importância da publicidade na Internet, inclusive com dados do Governo, quase 200 milhões no ano



passado, e este ano também uma presença grande da publicidade. Ela movimentou 8 bilhões no Brasil no ano passado, de acordo com o *Bureau IAB*, e, para 2015, uma estimativa de crescimento de 14%, chegando a quase 10 bilhões de reais, um volume maior de verbas publicitárias. Há um volume maior para pesquisa, como o Google. Em segundo lugar, são os *banners* e as imagens, aqueles *displays* que os *sites* apresentam...

O SR. DEPUTADO ESPERIDIÃO AMIN - Sr. Relator, será que está confortável para todos assistirem? (*Pausa.*)

O SR. DEPUTADO SANDRO ALEX - Nós temos, então, os *banners* e as imagens que são patrocinadas, num movimento de quase 3 bilhões de reais, vídeos e dispositivos móveis, ou seja, um movimento grande realmente de publicidade chegando a quase 10 bilhões.

Como funciona essa publicidade? Como os senhores conhecem, através dos *websites*, há a disponibilidade do espaço em *banners*. Nós temos um exemplo aqui do UOL, uma publicidade da Intel, através de um *banner*. É diferente do que acontece na tevê e em outros veículos tradicionais, porque esse anúncio depende da audiência do *website*. Eu vou explicar como isso é posto na Internet, através dos chamados “COM”, “CPC” e “CPA”. Como o Ministro colocou, a audiência é o critério maior e único para essas publicidades.

Como funciona? O CPM é o custo por mil. O anunciante paga ao *site* um valor determinado para um volume de visualizações. A cada mil visualizações, o custo para o anunciante chega em torno de 30 a 50 centavos de dólar. O CPC é o custo por clique. Não basta apenas a visualização, você faz um clique nesse anúncio e, portanto, o custo é muito maior, agrega valor a essa publicidade. Então, o anunciante paga não só pela visualização, quando o internauta dá um clique para ter a informação maior sobre aquela propaganda. E o custo por ação, em que você faz o preenchimento de um formulário, você se interessa pela publicidade. Essa propaganda tem um custo ainda maior porque visualizou, clicou, interagiu, ou seja, o *site* recebe um valor que chega até próximo de 1 dólar.

Como funciona? O anunciante não vai diretamente ao *website*, Relator, Deputado Amin, ele tem um intermediário, ou seja, a agência, Sr. Orlando, os anunciantes, Sra. Sandra, contratam um intermediário, conhecido no mercado como



“mídia programática”. Ele traz uma rede de propagandas *on-line* e insere, nos *websites*, a propaganda. Esse intermediário é o conhecedor da audiência, porque o critério hoje é técnico, como disse o Ministro. O intermediário é o conhecedor: qual é o *site* com maior visualização, com o maior número de internautas. Quem conhece é esse intermediário.

Nós vamos chegar agora ao tema que eu vou apresentar aos senhores. Esta propaganda está financiando o crime, o *cybercrime*, a pirataria e a ilegalidade. E isto não é pouco. Nós temos aqui números de 30 bilhões em pirataria e contrabando em prejuízo para a indústria brasileira, de acordo com dados da EBC.

Somente o setor de audiovisual, que aborda música, filmes e propriedades intelectuais dessa natureza, teve um prejuízo de 4 bilhões. E só consegui levantar até 2011, porque eu trouxe apenas números oficiais.

A perda tributária, Ministro, chega a 1 bilhão de reais, e o impacto no PIB é de quase 4 bilhões de reais. Esses são dados confiáveis da Oxford e da IPSOS de 2011. Acredita-se que, para 2015, esse número seja muito maior, chegando a 2 bilhões de sonegação, porque, nos últimos 4 anos, o crescimento da Internet foi muito grande.

Vamos ao cenário mundial. A Digital Citizens Alliance fez uma avaliação de menos de 600 *sites* criminosos de pirataria de conteúdo audiovisual no mundo. Eles movimentaram cerca de 209 milhões de dólares. Essa é a estimativa de uma receita para esses maiores *sites* de pirataria do mundo, porque este assunto que estamos abordando aqui é um assunto que hoje está sendo discutido mundialmente — quase 1 bilhão de reais.

E aqui o agravante: esses *websites* têm nada mais, nada menos do que 132 marcas de anunciantes consideradas *premium brands*. O que é isso? São os grandes anunciantes. São marcas identificáveis imediatamente pelo usuário como grandes empresas, com credibilidade, o que atesta a esses *sites* confiança ao internauta. Quando se acessa um *site*, vê-se uma grande marca, uma marca de credibilidade, Sr. Orlando, que acaba dando a esses *sites* a credibilidade que eles, através da ilicitude, associam.

Essas marcas correm um grande risco na rede ao patrocinar, porque estão associando suas marcas à ilegalidade, ao crime. E esses portais, inclusive, de



acordo com estudos, acabam infectando computadores com vírus e outros tipos de códigos indesejáveis. Quando se acessa um *site* criminoso, patrocinado e financiado por uma empresa de credibilidade, o seu computador também acaba sendo infectado por esses *sites* de crimes na Internet.

Vou começar a trazer aos senhores exemplos do Brasil. O primeiro exemplo do Brasil, o *site filmesonlinegratis.net* tem conteúdo pirata audiovisual. Quantas visualizações ele teve em julho de 2015? Teve 33 milhões. Ele não é o maior do Brasil, e eu vou contar por que depois. Propagandas adicionadas através daqueles intermediários: nós identificamos algumas. Anunciantes identificados neste *site* criminoso: marcas importantes do Brasil, como Citroën, Netshoes, Universidade São Judas.

Vamos trazer aqui outro exemplo de um portal, para que os senhores tenham uma noção da gravidade. O *site* Filmes Online Grátis é um dos três mais acessados no Brasil. Ele está disponibilizando um filme que ainda está no cinema, o filme nacional *Vai que Cola*. A pessoa baixa e assiste ao filme. Isso é um crime federal, com o patrocínio da Citroën.

A Citroën, através da agência que contratou uma mídia programática, está financiando esse crime na Internet. Aliás, um *site* de desenvolvimento visual, que aparenta, inclusive, ser legal e lícito, pratica um crime com o patrocínio dessa marca.

Nós sempre nos perguntamos, Relator, como um *site* que disponibiliza gratuitamente informações sobrevive. Ele fornece às pessoas músicas, conteúdos de filme, conteúdos de jornais e revistas. Ele vive do quê? Ele cadastra o seu *site*, como o Ministro falou. São milhares de *sites* cadastrados na mídia programática que são distribuídos. Assim como a mídia financia os *sites* que são lícitos, como *globo.com*, como UOL, ela também vai parar, porque é uma distribuição automática pela mídia programática.

Inclusive, ele desperta o interesse justamente pela capacidade técnica, porque aquele *site* é muito identificável com o perfil do público. Ele tem um público jovem, essa é a sua grande marca. Aliás, esse é um *site* ilícito, com produtos que não são piratas, mas se chega até ele pela ilicitude. Ao se clicar em um filme, assiste-se primeiro a uma propaganda, identifica-se primeiro esse comercial.



Então, antes de continuar, qual é o tamanho desse negócio no Brasil? Nós levantamos que os 50 maiores *websites* desta natureza no Brasil receberam 1 bilhão de visitas, entre fevereiro e julho deste ano, quando eu comecei o trabalho, Relator, Deputado Esperidião Amin — 1 bilhão de visitas! São dados desses *sites* que estou apresentando aos senhores. Não vou fornecer os 50, vou apresentar os 5 maiores. O volume de visitas, 1 bilhão, acaba sugerindo à mídia, aos anunciantes, que tecnicamente eles merecem receber a propaganda. E licitamente, eles merecem?

O *site* O Melhor da Telona também está entre os mais acessados do Brasil e vem com um filme que ainda também está no cinema, com o patrocínio da Ford. Esse filme foi indicado ao Oscar, e está sendo desrespeitada a propriedade intelectual, os direitos autorais, a livre iniciativa, enfim, é um prejuízo bilionário ao País. Esse filme neste *site* está sendo patrocinado pela Ford, uma marca reconhecida mundialmente.

Nós identificamos que, ao clicar naquele *site*, a mídia programática também, antes de assistir ao filme, identificou uma propaganda do Governo Federal sobre a Pátria Educadora. Estava presente em um conteúdo ilícito.

E aqui nós identificamos como a programação é feita, porque ela não apareceu aleatoriamente, ela foi programada para estar lá, ou seja, aquela mídia realmente foi paga para estar presente naquele *site*.

Este tem 40 milhões de acessos: *filmesonlineturbo.net*. Anunciantes identificados: Governo Federal, Dell, Brastemp e Ford.

Esse *site* é o segundo mais acessado do Brasil. Ele tem conteúdos audiovisuais ilícitos, piratas. E aqui nós identificamos um anúncio da Universidade Nove de Julho e o anúncio do programa de logística do Governo Federal. Isso aqui foi inserido também através da mídia programática.

Esse *site* tem uma capacidade muito interessante de receber anúncios. Ele tem aqui grandes marcas: a Dell que foi inserida pela UOL, a Ford, no *site* Filmes Online Turbo, disponibilizando inclusive filmes nacionais e internacionais, de lançamento de cinema, conteúdos por gênero, com um visual que chega até a identificar como algo lícito.

O *site* Clube do Download disponibiliza livros, revistas, músicas e filmes piratas. Identificamos Decolar, TAM, ABC Digital, Freelancer, através das redes de



propaganda. Aliás, esse *site* tem conteúdo pornográfico, conteúdo pesado. A empresa Upload está presente.

Quando você clica para baixar uma música, um livro, ele abre uma janela para que você possa fazer uma navegação, como, por exemplo, o *decolar.com*. A propaganda do *decolar.com* aqui é aquele custo por ação que eu mostrei para vocês. Além do custo por mil, há o custo por clique e o custo por ação. Aqui, você faz uma ação. Essa propaganda é caríssima, e há um retorno muito grande para o criminoso proprietário do *site*, que, segundo levantamentos nossos, chega a receber de 10 a 20 mil reais por dia em propaganda. O dono de um *site* criminoso como esse está recebendo mais de 500 mil reais por mês com essa propaganda — com essa e com as outras que ele tem no *site*.

A mesma coisa aconteceu com o Clube do Download. A TAM está presente com uma propaganda, através de custo por ação, custo por clique, onde você pode fazer uma pesquisa, e esse *site*, Clube do Download, tem conteúdo de toda natureza, conteúdos pesados inclusive.

Ao clicar em um desses conteúdos, nós constatamos a propaganda: “*Programa Mais Médicos. Seu caminho de oportunidades*”. Ela está presente nesse *site*. É uma propaganda também do Governo Federal feita através da mídia programática.

Hoje, antes de vir a esta Comissão, eu fiz uma pesquisa, Presidente, para saber se isso continua acontecendo. E encontrei a Caixa Econômica Federal também presente, Ministro. Ou seja, isto é muito grave. E esta Comissão vai estancar.

Nós estamos apresentando um encaminhamento de sugestões, Presidente Mariana e Relator, Deputado Esperidião Amin, que eu gostaria que pudéssemos debater a partir de agora nesta Comissão.

Quero agradecer a presença do Sr. Ministro, dos senhores e das senhoras representantes da Associação Brasileira de Anunciantes — ABA e da Associação Brasileira de Agências de Publicidade — ABAP.

Acredito que possa até haver a propaganda nesses *sites* com desconhecimento do próprio anunciante e do próprio Governo Federal. Não deveria ser assim, porque na mídia tradicional, há o mapa de irradiação da propaganda que



se faz na rádio e na tevê. Quais são os programas em que se executou a propaganda? E na Internet? Existe um mapa de irradiação de onde foram parar as propagandas?

Nós vamos precisar da atuação do CONAR — Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária, junto às redes de agência de propaganda, para obstar o cadastramento e *websites* piratas de qualquer natureza. Sei que ele não trabalha nessa área, mas nós já o chamamos, porque vai ter que haver a presença do CONAR, até porque o CONAR trabalha com as mídias tradicionais, mas o crescimento da mídia digital é tão grande que nós precisamos hoje dar um passo à frente e trabalharmos nisso.

Sr. Ministro, nós vamos precisar de algumas informações: o relatório completo de verbas de publicidade e propaganda pagas pelo Governo Federal, de 1º de janeiro de 2011 até a atualidade, destinadas à Internet, para divulgação de ações do Governo, indicando não apenas os agentes, para quais foram destinados os recursos e as agências, mas também todos os *sites* em que propagandas oficiais foram veiculadas.

Sra. Presidente, nós vamos requisitar da Polícia Federal informações sobre a existência ou não da investigação sobre esses *sites*, os resultados alcançados e, em caso positivo, o compartilhamento das provas obtidas com esta CPI.

Nós queremos, Relator, trazer a Polícia Federal, em reunião fechada, até para, no caso de existir investigação, não a prejudicar. Queremos saber da existência de algum processo que esteja sendo feito, ou se ainda não está sendo feito, e a prisão imediata dos proprietários desses *sites* dos quais já temos a identificação. Há casos inclusive de ostentação, através das redes sociais, do fruto das ilicitudes.

Vamos requisitar as informações sobre a existência ou não de investigação do Ministério Público Federal sobre os *sites* piratas com sede no País, os resultados alcançados e, em caso positivo, o compartilhamento com esta CPI das provas já obtidas.

Nós queremos a presença do Ministério Público Federal e da Polícia Federal, em reunião fechada, com os Deputados desta CPI, para darmos o encaminhamento e a prisão dos responsáveis.



Relator, peço a V.Exa. que proponha um Termo de Ajuste de Conduta — TAC, firmado por esta CPI e os representantes legais aqui já citados e também a presença das associações, agências, anunciantes, destinado a vedar o patrocínio dos *sites* piratas com recursos de propagandas de entidades privadas ou governamentais nas esferas federal, estadual, municipal e do Distrito Federal.

Nós vamos propor um TAC para que isso seja vedado. Nós vamos estancar esses crimes, porque esses *sites* só existem, porque existe o patrocínio da propaganda e da publicidade. Sem isso, eles não teriam como continuar funcionando.

Vamos solicitar a imediata atuação do Ministério da Fazenda na aplicação das penalidades fiscais cabíveis aos donos dos *sites* piratas. Como eu disse, eles ostentam na Internet, com pagamento de publicidade oficial ou não oficial, através dos seus *sites*.

Vamos propor a inclusão, no texto do decreto que vai regulamentar o Marco Civil da Internet, de uma exceção à neutralidade da rede. A Comunidade Europeia já bloqueia, e o Brasil discute hoje as exceções à neutralidade. E esse é um caso que deve ser exceção à neutralidade.

Nós conseguiremos, Sr. Relator, Sra. Presidente, se essas propostas forem aceitas: acabar com a violação contumaz dos direitos autorais, além de punir os responsáveis; exterminar o mercado pirata no setor audiovisual da Internet, que vem provocando uma concorrência desleal com os veículos que operam dentro da legalidade.

Senhoras e senhores, o valor levantado através dessa ilicitude é muito grande. Nós temos somente no audiovisual um prejuízo ao País de quase 10 bilhões de reais. Nós não precisamos de mais impostos no Brasil. Nós precisamos da aplicação da lei do País e nós vamos fazer com que seja aplicada a lei. Isso está tão banalizado que tenho certeza de que, em rol de amigos e de família, há personagens próximos a vocês que conhecem esses endereços e os tratam como lícitos.

Nós temos muitos exemplos de propagandas e muitos *sites*, alguns eu deixei de apresentar, porque acredito que possa haver uma investigação já em andamento, e não quero prejudicá-la. E, trazendo a Polícia Federal, nós vamos ter conhecimento



pleno se existe ou não. O *site* com maior volume de acessos eu não trouxe nesta manhã aqui, pois estou aguardando a presença do Ministério Público e da Polícia Federal.

Eu agradeço a presença dos senhores e das senhoras. Nós viemos aqui hoje para trazer uma denúncia grave e um encaminhamento de solução e para pedir a colaboração dos senhores e das senhoras, porque acredito que possam até desconhecer as situações que apresentei, mas elas são reais, elas não são virtuais, elas estão acontecendo no País.

E quero agradecer o Relator, Deputado Amin, pela confiança ao meu nome como Sub-Relator para trazer este encaminhamento à nossa CPI.

Era isso que eu gostaria de apresentar nesta manhã, agradecendo a todos pela audiência.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Obrigada.

Eu gostaria de chegar a um consenso com todos os membros desta Comissão. O Ministro Edinho acabou cancelando os seus outros compromissos para poder se fazer presente aqui e responder às perguntas de todos, devido ao adiantado da hora.

Eu gostaria de sugerir que os dois convidados também fizessem as apresentações e, em seguida, fossem feitas a eles todas as perguntas.

O SR. DEPUTADO ESPERIDIÃO AMIN - Sra. Presidente, como eu havia dito, a minha intervenção vai ser muito breve, mas eu faria questão de que ela ocorresse depois da apresentação do Deputado Sandro Alex.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Eu só gostaria de saber antes, Relator, se a gente poderia fazer primeiro a apresentação dos dois...

O SR. DEPUTADO ESPERIDIÃO AMIN - Só tenho dois comentários a fazer. Primeiro, na aprovação do projeto de lei que já modifica o Marco Civil da Internet na Comissão de Constituição e Justiça, nós passamos a exigir mais pormenores sobre o cadastro dos *sites*. Eu acho que isso vem ao encontro da preocupação do Deputado Sandro Alex.

Segundo, quanto à questão do TAC, que eu acho que é imprescindível, eu sugiro que V.Exa. já preveja alguns períodos de avaliação do desempenho do Termo de Ajustamento de Conduta, que eu acho que é o grande instrumento.



E, finalmente, uma pergunta que os próprios apresentadores poderão desdobrar, e eu complemento o final da exposição do Deputado Sandro Alex com esta colocação: os senhores sabiam disso? Os senhores e a senhora sabiam disso que foi apresentado? Eu não sabia. Eu não sabia, mas acho que as Associação de Agências de Publicidade e a Associação Brasileira de Anunciantes colheram aqui, juntamente com o Ministro, certamente, uma contribuição extraordinária que eu não posso deixar de enaltecer.

Para usar uma expressão muito vulgar, eu queria ter um Relator assim, como o Deputado Sandro Alex.

Muito obrigado.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Obrigada, Deputado Esperidião Amin.

O SR. DEPUTADO ESPERIDIÃO AMIN - Uma salva de palmas para ele também seria justa. (*Palmas.*)

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Eu só gostaria de entrar neste acordo: se damos prosseguimento às perguntas ao Ministro, ou se passaremos aos nossos dois convidados e, depois, faremos as perguntas.

O SR. DEPUTADO SILAS FREIRE - Presidente, o Ministro vai ter que retirar?

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Não, não. Ele vai ficar conosco.

O SR. DEPUTADO SILAS FREIRE - Então, pode ser assim.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Então, eu concedo a palavra ao Sr. Orlando Marques, Presidente da Associação Brasileira de Agências de Publicidade — ABAP.

O SR. ORLANDO MARQUES - Bom dia, Presidente. Bom dia, demais membros da Mesa. Muito obrigado a todos pelo convite — o convite do Deputado Sandro Alex, que aqui está.

Eu presido a Associação de Agências de Publicidade — ABAP. A ABAP não tem, entre seus membros, agências que fazem esse tipo de programação, e eu vou chegar lá. As agências de publicidade, que são as agências que a maioria de vocês conhecem, as que trabalham para o Governo, que trabalham para a iniciativa privada, que têm a honra de ter os membros da ABA como clientes, nós trabalhamos



também o digital e trabalhamos com as ferramentas mais normais de planejamento e compra de mídia que tem que se fazer.

Nosso objetivo, como agência de publicidade, é fazer o melhor possível para a construção da marca que essa senhora representa, num ambiente de maior “saudabilidade” possível, e pelo menor preço. Nós temos que buscar eficiência na nossa compra de mídia. Então, nós temos que ter uma boa criação, nós temos que entender a estratégia do cliente, nós temos que saber qual é o comprometimento daquela marca com o meio ambiente, com a sociedade, com os valores que ela encerra, e assim por diante. E temos que fazer uma compra eficiente e barata — ela tem que ser bem comprada. O comprar barato não é necessariamente comprar coisa de pior qualidade, porque ela pode comprometer os outros predicados da marca que nós temos que preservar.

A chegada do digital, nesse ambiente do mundo da comunicação, do mundo publicitário, como tudo no digital, dá uma desorganizada no mercado. O digital, como ele não tem muitos parâmetros, dá uma desorganizada geral no mercado. Aí começaram a surgir, cerca de uns 15 anos atrás, as agências especializadas no ambiente digital.

Eu, além de Presidente da ABAP, dirijo uma agência chamada Publicis, que tem lá dentro um braço digital. Mas a grande especialização digital não está dentro dessas agências chamadas, ou ditas, tradicionais, está nas agências digitais que têm uma associação, que eu sugiro que os senhores ouçam, que é a ABRADi — Associação Brasileira das Agências Digitais. É fácil entrar no *site* agora e descobrir quem é o presidente dela. É um sério senhor de uma empresa de Santa Catarina. Não é um senhor de cabelos brancos, Deputado Esperidião Amin, como eu, mas é um senhorzinho, porque o mundo digital é de gente mais nova, não é? Mas ele é um sujeito sério, respeitado, competente, e tenho certeza de que terá uma contribuição grande a dar a esta Comissão. Eu não me lembro do nome dele neste momento, Deputado, mas depois vou dar uma “googada” aqui.

O SR. DEPUTADO ESPERIDIÃO AMIN - É de Santa Catarina?

O SR. ORLANDO MARQUES - Deve ser seu eleitor, inclusive. *(Riso.)* É um profissional muito sério, que tem uma agência importante em Santa Catarina e hoje é o Presidente da ABRADi.



E, além disso, há o IAB — International Advertising Bureau, que é uma entidade americana que tem também um braço no Brasil, e que eu sugiro também que os senhores ouçam, porque ela congrega também esse pessoal ainda mais especializado na compra de mídia.

O Deputado Sandro Alex falou da mídia programática. É uma ferramenta nova, muito baseada em compra através de robótica, ou seja, usando audiências para fazer a compra de mídia. Eu não sou um conhecedor profundo disso, estou dando apenas um verniz, uma definição do que é a mídia programática. E aí se corre o risco de ter um anúncio no lugar indevido.

Lembro-me de um episódio quando eu era ainda um moleque e vendia meus anúncios nas revistas da Editora Abril. Uma vez fui chamado pelo Diretor de Marketing do Banco Real, que falou: *“O Dr. Aloysio Faria quer falar com o senhor”*. O Dr. Aloysio me deu uma bronca porque, quando da venda de mídia que eu tinha feito para ele nas revistas da Editora Abril, coloquei uma página numa edição da revista *Playboy*. Ele falou: *“Eu gosto muito das revistas onde o senhor põe os meus anúncios, na Exame, na Veja, mas na Playboy eu não quero”*. *“Não, mas a Playboy traz matérias, não é só revista de nus.”* *“Não, mas eu não quero.”* Então, o cliente tem o direito de não querer o seu anúncio em algum lugar.

Eu tenho certeza de que a Sandra também vai falar um pouco disso, porque é fundamental que saibamos onde as nossas marcas estão, pois as marcas de valor agregam valor ao veículo em que elas estão. Por exemplo, o Deputado Sandro Alex coloca que há um anúncio da marca Citroën num *site* ilegal de filmes *on-line*, que é um *site* pirata. Quando faz isso, a Citroën acaba acrescentando valor a um *site* que é pirata, o que possivelmente ela não saiba. Mas o que eu quero dizer é que temos essa preocupação de não deixar que as marcas dos nossos clientes acabem valorando ilegalidades ou gerando fontes de receita para quem não tem outra que não seja a publicidade.

Quero me colocar à disposição desta Comissão para em momento futuro, se for preciso, voltar aqui para falar mais do assunto. Mas acho que com maior profundidade a ABRADi e o IAB podem ajudá-los mais. Muito obrigado, e me coloco à disposição para responder depois às perguntas.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Obrigada, Sr. Orlando.



Concedo a palavra à Sra. Sandra Martinelli, Presidente-Executiva da Associação Brasileira de Anunciantes — ABA.

A SRA. SANDRA MARTINELLI - Exmo. Sr. Ministro Edinho Silva, da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República — SECOM; Exma. Sra. Deputada Mariana Carvalho, Presidente desta Comissão, e Exmo. Sr. Deputado Leo de Brito, 1º Vice-Presidente; Exmo. Sr. Deputado Sandro Alex, na pessoa de quem cumprimento todos os ilustres integrantes desta Comissão, por sua belíssima apresentação e conteúdo; Exmos. Srs. Congressistas presentes nesta audiência pública; Sr. Orlando Marques, Presidente da ABAP; ilustres autoridades; senhoras e senhores; em nome da ABA — Associação Brasileira de Anunciantes, na condição de sua Presidente-Executiva, eu gostaria de agradecer pelo honroso convite que nos foi feito por esta prestigiosa Comissão.

Inicialmente, eu gostaria de salientar que a ABA é uma entidade sem fins lucrativos, fundada há mais de meio século, inspirada no modelo associativo de anunciantes existente em vários países, como França, Inglaterra, Canadá e Estados Unidos.

Nosso objetivo institucional maior divide-se em três aspectos correlatos. A ABA deseja: representar os interesses comuns dos anunciantes; contribuir para a contínua evolução e profissionalização do setor; e gerar valor para as empresas associadas e a sociedade como um todo, por meio da promoção da excelência e das melhores práticas do setor de comunicação e *marketing*.

Atualmente, a ABA reúne cerca de 200 grandes anunciantes, que, juntos, respondem por aproximadamente 70% dos investimentos em propaganda realizados no Brasil. São parte da ABA empresas de mais de 20 diferentes e importantes setores da economia.

Guiada por valores fundamentais como excelência, ética, respeito e colaboração, a ABA é permanente defensora da liberdade de comunicação comercial.

Nesse particular, a ABA é uma das fundadoras e integrantes do CONAR — Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária, que, desde a década de 70, atua para *“impedir que a publicidade enganosa ou abusiva cause constrangimento*



ao consumidor ou a empresas”, fomentando, ainda, a liberdade de expressão e a concorrência leal.

Dialogamos com as mais diversas entidades setoriais, razão pela qual a ABA mantém parceria com mais de 30 entidades setoriais nacionais. A ABA pode ser vista igualmente como a principal porta-voz de interesses do setor de publicidade nacional em fóruns internacionais. Faz parte da WFA — World Federation of Advertisers, entidade que movimenta 80% dos investimentos mundiais em publicidade.

Nós organizamos e participamos de diversos cursos, palestras, seminários e encontros, que têm como pano de fundo a crença da associação de que a liberdade de expressão é o valor maior de uma sociedade democrática, protegida constitucionalmente, e de que o exercício de tal liberdade deve ser feito com responsabilidade, sempre em busca das melhores práticas.

Nesse particular, é possível dizer que os benefícios da ABA por meio de sua atuação setorial assumem três facetas distintas.

A primeira se refere aos benefícios da ABA para a empresa anunciante. Por assim dizer, a ABA busca defender os interesses comuns dos anunciantes junto ao mercado, atender às necessidades práticas dos anunciantes e promover a evolução técnica dos seus profissionais.

A segunda faceta diz respeito aos benefícios gerados aos executivos das associadas, por meio da atualização de novas técnicas e ferramentas em todas as áreas de *marketing*.

Por fim, a terceira dimensão diz respeito aos benefícios ao mercado em geral por meio, sobretudo, da organização de comitês com profissionais de diversas disciplinas para debates, discussões, cursos e *workshops*.

Não obstante os engajamentos e atuações específicas até o momento apresentados, pode-se dizer que hoje a grande preocupação da ABA se dá mesmo no campo do *advocacy*. Nossas principais frentes de atuação são a defesa da liberdade de comunicação social; a representação, defesa e orientação dos anunciantes brasileiros; e o diálogo permanente com a sociedade, seus integrantes.

A ABA desempenha um papel ativo na promoção, aprimoramento e discussão de marcos regulatórios e legislativos para o segmento. Exemplo mais recente é a



participação da associação nos debates relacionados à publicidade dirigida às crianças e adolescentes em 2013, oportunidade em que, por solicitação da ABA, o CONAR incorporou novas e mais severas recomendações para a publicidade que envolve crianças.

Relacionado com o mesmo tema, inclusive, a Associação esteve aqui, nesse ano, nesta mesma Casa, para prestar esclarecimento e seu posicionamento, bem como elaborou estudos, publicados com outras instituições, sobre a publicidade infantil.

Outros exemplos de *advocacy* da ABA dizem respeito à atuação da associação, enquanto porta-voz do segmento de anunciantes, sobre a legislação acerca de regras para distribuição de brindes, por exemplo, sobre regras para veiculação de publicidade em bancas de jornal, sobre a Lei Cidade Limpa, de São Paulo, e ainda sobre o Movimento Criança Mais Segura na Internet.

Vale, por fim, acrescentar inclusive que a associação tem um papel relevante na atuação junto à autoridade de defesa da concorrência, o CADE — Conselho Administrativo de Defesa Econômica, ao qual apresentou representação para investigação de possíveis práticas ilícitas de uniformização de conduta comercial da Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais — APRO.

Feita essa contextualização sobre a atuação da ABA, naturalmente não é com menor preocupação que a associação vislumbra a importância, a atualidade e o impacto do tema envolvendo os crimes cibernéticos, os chamados *cybercrimes*. Sobre o tema, o tratado do Conselho Europeu sobre crimes cibernéticos usa o termo “*cybercrime*” para definir delitos que congregam atividades criminosas contra dados, infrações de conteúdo e de *copyright*, fraude, acesso não autorizado, pornografia infantil e assédio na Internet, entre outros.

Segundo estudo recente da ONU, ao menos 2,3 bilhões de pessoas tiveram acesso à Internet, sendo que 45% do total de usuários globais correspondiam a pessoas com menos de 25 anos. Também se estima que, em 2017, cerca de 70% da população global terá acesso à Internet, o que significa mais de 4 bilhões de pessoas conectadas em todo o mundo.

Sobretudo para o ramo do empresariado, a questão assume estrondosa relevância: 47% dos executivos de grandes empresas entrevistados em 2015, por



auditoria da PricewaterhouseCoopers, vislumbram como vitais os investimentos em novas tecnologias por parte de suas empresas no combate a crimes cibernéticos.

Especificamente no contexto brasileiro, é importante pontuar que a Central Nacional de Denúncias de Crimes Cibernéticos recebe uma média de 2.500 denúncias diárias envolvendo páginas contendo evidências de crimes de pornografia infantil ou pedofilia, racismo, neonazismo, intolerância religiosa, etc.

Em atenção a essas questões, diversos países já criaram estruturas de regulação e fiscalização, sim, para coibir tais ilícitos, conforme apresentado no estudo da ONU.

No Brasil é notório que, desde 2001, a Polícia Federal conta com uma divisão própria para investigação e repressão de crimes virtuais. Segundo dados públicos, de 2001 a 2007 houve ao menos 24 operações, sendo certo que esse número foi intensificado ainda mais no decorrer do tempo. Um dos casos mais recentes se deu por meio de operação em conjunto com a Polícia Federal e o FBI, a Operação Darkode, deflagrada em mais de 18 países, contra uma espécie de fórum internacional que congregava os maiores e mais especializados *hackers* e criminosos cibernéticos.

Ademais, vale destacar que, visando a maior proteção e regulamento no ambiente virtual, já foi promulgado o Marco Civil da Internet, que fixa, sobretudo em seu artigo 7º, os direitos e garantias do usuário da Internet em face daqueles que estruturam a rede global de computadores.

Paralelamente, a Secretaria Nacional do Consumidor — SENACON também está em via de divulgar o anteprojeto de lei que está em consulta pública e dispõe também sobre o tratamento de dados pessoais para proteção da personalidade e da dignidade da pessoa natural.

Não obstante todas essas informações, que demonstram a importância e sobretudo a atualidade do tema, a ABA declara que não possui conhecimento mais aprofundado e qualificado dos que delineados até aqui sobre este tema.

Apesar de o tema começar a ser inserido na pauta de discussões da ABA — já, sim, conforme mencionado agora, no início da minha exposição —, a associação não contrata direta ou indiretamente mídia, seja de televisão, seja de rádio, seja digital, como chamamos.



Assim, a ABA engaja-se sobretudo em assuntos relacionados à defesa dos interesses dos anunciantes, visando à melhoria e à manutenção dos padrões éticos de suas práticas, carecendo, porém, de maiores subsídios sobre o dia a dia da produção e contratação do anúncio, como esclareceu bem aqui o Sr. Orlando Marques.

Não obstante, permitimo-nos mencionar que a ABA, por via dos seus princípios fundamentais e orientadores de sua atuação setorial, não tolera ou coaduna com práticas que possam configurar crime ou violação de qualquer instrumento normativo e padrões éticos de relacionamento entre os agentes do mercado.

Nós tomamos algumas iniciativas concretas, como, por exemplo, o Movimento Criança Mais Segura na Internet, em parceria com o escritório da advogada Patrícia Peck, bem como a divulgação no Brasil da Campanha Mundial de Conscientização dos Consumidores frente à Pirataria.

Ademais, fazemos especial menção ao fato de a ABA dispor tanto de um rigoroso código de ética quanto de um abrangente e muito detalhado manual de governança.

Por assim dizer, segundo o nosso Código de Ética, é imprescindível e inegociável que todos os associados e a própria associação observem os princípios e diretrizes fixados no documento durante a condução de suas atividades nas relações com terceiros, no relacionamento com fornecedores e prestadores de serviço.

Por fim, segundo o Manual de Governança, é norma e política da ABA o *“estrito cumprimento de todas as leis e regulamentos, assim como a manutenção de um alto nível de ética profissional, preservando sua integridade e reputação”*.

Dito isto, no campo das ideias, para as finalidades da presente Comissão, talvez fosse mais adequado, como mencionou o Sr. Orlando Marques, receber informações do Interactive Advertising Bureau — IAB.

Como se sabe, o IAB foi fundado em 1998, e sua principal missão é desenvolver o mercado de mídia interativa no Brasil, com as missões de incentivar a criação de normas e padrões para o planejamento, criação, compra, venda, veiculação e mensuração da mensagem; desenvolver o intercâmbio de experiências



e conhecimentos técnicos de seus associados; e regulamentar as pesquisas e estudos que comprovem a eficiência dessa mídia interativa.

Em resumo, vislumbra-se que a ABA é a associação representativa do setor de anunciantes do Brasil com prestígio nacional e internacional e engajada institucionalmente em ações que contribuem para o aprimoramento de leis e regulamentos em defesa dos interesses de seus associados; que a ABA, a despeito de sua representatividade e importância, ainda não possui detalhadas e aprofundadas informações e estudos sobre este relevante tema de crimes cibernéticos.

A questão está começando a ser inserida na nossa agenda, na nossa pauta de debates, de modo que, neste momento, a ABA carece, sim, de possibilidade de contribuir com a ilustre Comissão, com informações mais precisas sobre os crimes.

Não obstante, a ABA posiciona-se frontalmente contra qualquer espécie de conduta que viole ou seja tendente à violação de todas as leis e estatutos vigentes. Tal posição, mais do que mera filosofia de trabalho, é uma política institucional e um pilar ético fundamental da ABA.

Sem mais, a Associação Brasileira de Anunciantes, na figura de sua Presidente-Executiva, transmite a todos as ilustres autoridades presentes nesta ocasião seus protestos da mais elevada estima e consideração, permanecendo à inteira disposição.

Muito obrigada.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Vamos voltar aqui às perguntas. Como há muitos inscritos, eu vou fazer blocos de perguntas, dividindo os inscritos. Voltamos à Mesa e depois retornamos às perguntas, para facilitar o andamento dos trabalhos e até mesmo as respostas dos nossos convidados.

O próximo inscrito é o Sub-Relator Deputado Daniel Coelho.

O SR. DEPUTADO DANIEL COELHO - Bom dia a todos os presentes. Quero saudar os componentes da Mesa, o Deputado Leo de Brito, o Ministro Edinho Silva, a Presidente Mariana Carvalho, a Sra. Sandra Martinelli, o Sr. Orlando Marques, as Sras. Deputadas, os Srs. Deputados e os que acompanham a CPI.

Primeiro, eu tenho uma pergunta bem objetiva a fazer, embora acredite que o Ministro já vá tocar no assunto. Eu quero saber se havia conhecimento por parte da



Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República em relação aos anúncios que foram aqui detalhados pelo Deputado Sandro Alex, até onde essa informação chegava ao Governo Federal.

Quero também reforçar o pedido do Deputado Sandro Alex, porque eu iria fazer a mesma coisa. E eu acho razoável que o próprio Ministro não tenha aqui os dados completos, mas que depois envie à Comissão o detalhamento do que foi destinado de recursos, na administração pública federal, direta e indireta; a portais da Internet. Isso facilitaria o trabalho da CPI. Como disse, é razoável que não tenha esses dados prontos, mas que envie o mais rápido possível à Presidente da Comissão, Deputada Mariana Carvalho.

O art. 2º, inciso V, da Lei nº 10.683, de 28 de maio de 2003, diz que uma das atribuições da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República é assistir, de forma direta e imediata, o Presidente da República:

“Art. 2º-B.

.....

V - na coordenação, normatização, supervisão e controle da publicidade e de patrocínios dos órgãos e das entidades da administração pública federal, direta e indireta, e de sociedades sob controle da União.”

Nesse sentido, eu pergunto que nível de controle de troca de informações há entre a SECOM e as empresas públicas — cito o Banco do Brasil, a Caixa Econômica, a PETROBRAS — na decisão do destino das verbas de publicidade, de uma forma geral; até onde há consulta, há discussão com a Secretaria e qual é a liberdade de escolha desses órgãos, até porque temos um caso já de conhecimento público, a prisão do Deputado do PT Andre Vargas: 14 anos e 4 meses de prisão por corrupção passiva e lavagem de dinheiro, exatamente em decorrência de propina na troca de contratação de publicidade tanto da Caixa Econômica, como do Ministério da Saúde.

Eu acho que inclusive seria importante um esclarecimento por parte do Ministro sobre se, na opinião dele, o Deputado condenado, Andre Vargas, foi injustiçado ou se efetivamente esses crimes ocorreram e sobre, se ocorreram, que tipo de medida está sendo tomada pela SECOM para que não aconteça mais esse tipo de prática, até porque, se houve tráfico de influência para contratação de



publicidade, o Deputado com certeza não agiu sozinho, deve ter havido a colaboração de pessoas que estão tanto dentro da Caixa Econômica, como do próprio Ministério da Saúde.

Outro fato sobre o qual também seria bom um esclarecimento — e já fiz a pergunta anterior, sobre qual é a relação da SECOM com o que é decidido pelas empresas públicas: também é de conhecimento público o que vem sendo discutido em relação à PETROBRAS; no depoimento da delação premiada do Sr. Milton Pascowitch, ele declarou que, além da publicidade oficial paga pela PETROBRAS, teriam sido pagos 120 mil reais da PETROBRAS ao Sr. Leonardo Attuch, proprietário da Editora 247, que edita o *blog* Brasil 247. Todos conhecem a linha editorial do *blog*, uma linha extremamente agressiva e caluniosa com os adversários do Governo e que faz uma veemente defesa do PT e dos seus aliados. Há inclusive investigação nesse sentido. E V.Exa., além de Ministro, participou ativamente da campanha de reeleição da Presidente Dilma, na função de tesoureiro, então também gostaria de saber de V.Exa. o que tem a dizer a respeito dessas denúncias.

O SR. DEPUTADO LEO DE BRITO - Presidente, pela ordem. Respeito o direito que o Sub-Relator Daniel Coelho tem de fazer suas perguntas, mas há perguntas que não são pertinentes ao tema desta audiência.

O SR. DEPUTADO DANIEL COELHO - Isso quem decide não é V.Exa.

O SR. DEPUTADO LEO DE BRITO - Eu estou colocando uma questão de ordem aqui, Deputado.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Só um instante, Deputado Leo de Brito.

O SR. DEPUTADO SILAS FREIRE - Questão de ordem, Sra. Presidente. Temos que nos ater ao tema da CPI.

O SR. DEPUTADO LEO DE BRITO - Eu estou colocando aqui uma questão de ordem. Eu sei que o Deputado Daniel Coelho quer fazer disputa política aqui na CPI, mas nós temos aqui uma...

O SR. DEPUTADO FÁBIO SOUSA - Existe uma coisa, o direito de fala. É direito de fala...

SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Deputado...



O SR. DEPUTADO DANIEL COELHO - Deputado, V.Exa. tem todo o direito de falar no seu tempo; agora, tem que respeitar o meu direito de fala. O que é isso?

SR. DEPUTADO LEO DE BRITO - Estou colocando uma questão de ordem, Deputado.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Eu só quero informar...
(*Intervenções simultâneas ininteligíveis.*)

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Só um instante.

Eu estou só pedindo aqui o que é uma questão de respeito a todos, inclusive aos nossos convidados. Existe até uma decisão do Supremo, um precedente sobre o que não é facultado aqui, sobre o direito de as pessoas perguntarem só com relação à questão apresentada no requerimento. Então, estou respeitando o tempo aqui do Deputado. Ele fez a pergunta.

Peço até ao Deputado Daniel Coelho que conclua a sua pergunta para podermos terminar este bloco de perguntas.

O SR. DEPUTADO SILAS FREIRE - Presidente, então vamos tratar da Lava-Jato aqui? Não, eu vim para a audiência pública de crimes cibernéticos.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Deputado, eu peço a V.Exa. que conclua.

O SR. DEPUTADO SILAS FREIRE - Se V.Exa. abriu espaço para que os Parlamentares falassem da Lava-Jato, eu vou lá para a CPI da PETROBRAS.

O SR. DEPUTADO LEO DE BRITO - Aliás, o Ministro veio convidado, e não está na condição de investigado. Ele responde se quiser, inclusive.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Eu estou pedindo só ao Deputado Daniel Coelho que conclua as suas perguntas.

O SR. DEPUTADO DANIEL COELHO - Ele não está na condição de investigado, o tratamento tem sido extremamente respeitoso, não fiz nenhum tipo de agressão, absolutamente, a ninguém. Estou fazendo aqui perguntas e tirando dúvidas. O Ministro tem a prerrogativa de responder da maneira que entende. Cabe a ele responder da maneira que entende. Não fiz aqui nenhum tipo de agressão. Pedi esclarecimentos. Se ele achar que não deve responder, vai ficar registrado. Então, eu estou tratando aqui do assunto de forma respeitosa. Tirei algumas dúvidas e estou colocando aqui os assuntos.



A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Conclua, Deputado Daniel, por favor.

O SR. DEPUTADO DANIEL COELHO - Eu vou concluir. Vou concluir o tempo, sim; agora, não admito censura na minha fala. Pelo amor de Deus! Deixei que todo mundo falasse, e falasse à vontade. É um debate o que está sendo feito aqui.

O SR. DEPUTADO LEO DE BRITO - Eu levantei uma questão de ordem, Deputado.

O SR. DEPUTADO DANIEL COELHO - Questão de ordem pode ser feita em cima de algum artigo do Regimento.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Conclua, Deputado.

O SR. DEPUTADO DANIEL COELHO - Não, está concluído aqui. Ficam as perguntas. Agora, não vejo sentido em se fazer uma confusão como essa. Tudo o que está sendo colocado aqui são informações públicas, e cabe ao Ministro responder da maneira como achar pertinente. Então é isso que fica aqui colocado.

Agora, esses fatos são relacionados a crimes cibernéticos. Estamos falando aqui da utilização de dinheiro ilegal para o financiamento de um *site* que faz política de baixa categoria. Então, isso é crime cibernético, sim. Está-se utilizando dinheiro roubado para caluniar adversários e defender o Governo.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Conclua, Deputado.

O SR. DEPUTADO DANIEL COELHO - Se isso não é crime cibernético, eu não sei mais o que é.

O SR. DEPUTADO JEAN WYLLYS - De fato...

A SRA. PRESIDENTA (Deputada) - Agora...

O SR. DEPUTADO JEAN WYLLYS - Perdão, de fato é crime cibernético, o Deputado Daniel tem toda a razão. Agora, nós queremos tempo, porque eu vou trazer crimes cibernéticos também. O Governo Alckmin financiava um *blog* antipetista e, nesta Casa, está como Diretor de Comunicação alguém que mantém um *blog* antipetista violento.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Deputado Jean, vamos passar...



O SR. DEPUTADO DANIEL COELHO - Presidente, aí nós vamos discutir política aqui.

O SR. DEPUTADO JEAN WYLLYS - Se formos partidizar esta CPI...

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Se for assim...

O SR. DEPUTADO DANIEL COELHO - Vamos trazer tudo, Deputado Jean Wyllys. V.Exa. tem uma obsessão com o PSDB, e na defesa do Governo Dilma e da sua corrupção. Podia fazer...

O SR. DEPUTADO JEAN WYLLYS - Eu posso dizer que V.Exa. tem obsessão contra o PT.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Eu vou cortar os microfones se V.Exas. não souberem se comportar aqui.

O SR. DEPUTADO JEAN WYLLYS - Se vamos partidizar isto aqui, Deputado Daniel, não vamos continuar com esta CPI.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Deputado Jean Wyllys, V.Exa. está inscrito aqui, logo em seguida. Depois passamos a palavra para V.Exa.

A SRA. DEPUTADA ALICE PORTUGAL - É crime cibernético ou é reunião para discutir psiquiatria?

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Então vamos lá. Eu vou conceder aqui a palavra e voltar à Mesa...

A SRA. DEPUTADA ALICE PORTUGAL - Obsessões à parte, vamos abrir a lista de inscrições.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Eu combinei aqui com a Mesa para serem de três em três as perguntas, e assim fazemos para poder dar para responder. Como houve aqui as perguntas do Deputado Sandro Alex, do Deputado Daniel Coelho e também do nosso Relator, Deputado Esperidião Amin, eu concedo a palavra ao Ministro Edinho Silva.

O SR. MINISTRO EDINHO SILVA - Primeiramente, eu quero dar os parabéns pelo trabalho feito ao Deputado Sandro Alex. Eu penso que é um trabalho que vai balizar, no meu entender, toda uma reformulação na legislação brasileira. Parabéns, Deputado!

E quero dizer que, evidentemente, eu não tinha conhecimento dessa metodologia de impulsionar a publicidade. É evidente que o Governo Federal não



pactua com esse tipo de prática, não tem por objetivo utilizar essa metodologia, o que nos coloca de imediato o desafio de aprimoramento dos nossos mecanismos de fiscalização. E já assumo de imediato um compromisso para que possamos fazer uma reunião de trabalho, todos os profissionais da Secretaria de Comunicação Social, com o objetivo de aprimoramento da metodologia de fiscalização. Então, já assumo esse compromisso.

Em relação ao que ressaltou o Deputado Esperidião Amin, eu não sei se eu dei conta já nessa minha resposta, mas também me disponho a voltar à questão.

Em relação ao que o Deputado Daniel Coelho enfatiza, eu já disse, nós não tínhamos conhecimento disso e vamos tomar as providências necessárias para que isso seja superado. Já me comprometi: todos os dados que a Comissão achar necessários nós encaminharemos a esta Comissão. E aí a SECOM se coloca à disposição para que nós possamos colaborar com o trabalho da Comissão e, evidentemente, com o aprimoramento da legislação e das normas legais.

Em relação às denúncias que foram levantadas envolvendo a Caixa e o Ministério da Saúde, tanto a Caixa quanto o Ministério da Saúde tomaram medidas de apuração, abriram processos internos. Eu tenho certeza de que tanto a Caixa quanto o Ministério também devem estar à disposição para fornecer todas as informações necessárias. Não tenho aqui em mãos o que foi concluído desse processo de investigação interna, mas eu tenho certeza de que um trabalho sério foi feito no sentido de que todas as denúncias que foram feitas fossem apuradas no que diz respeito à questão administrativa tanto da Caixa como do Ministério da Saúde. Se for necessária alguma intermediação da SECOM para que essas informações cheguem até a Comissão, também me coloco aqui à disposição.

Sobre tudo aquilo que chega à SECOM como denúncia, como formalização de denúncia, nós temos tomado todas as medidas necessárias. Evidentemente eu não vou aqui me manifestar sobre questões que estão em fase de investigação, sobre aquilo que está sendo investigado, portanto sobre as providências que estão sendo tomadas tanto pelos órgãos responsáveis pela condução dos inquéritos quanto pelo Ministério Público e o Poder Judiciário, porque eu penso que não é minha atribuição opinar sobre aquilo que está em fase de investigação.



Eu ressalto aqui, Deputado Daniel Coelho, que tive muita honra de ter sido o coordenador financeiro da campanha da Presidenta Dilma e lhe garanto que todo o meu trabalho foi feito dentro da maior legalidade, lisura, ética e transparência, tanto que tenho enfrentado este debate da forma mais ativa possível, porque eu tenho convicção do que fiz e convicção de que a campanha da Presidenta Dilma, em momento algum, fugiu daquilo que estabelece a legislação. E nós arrecadamos dentro da ética e da moral. Eu tenho certeza de que, no próximo período, isso aí vai ficar claro e de que nenhuma dúvida vai restar nem sobre o meu trabalho como coordenador financeiro tampouco sobre a conduta da campanha da Presidenta Dilma.

O SR. DEPUTADO DANIEL COELHO - Ministro, em relação às decisões da publicidade para a Caixa Econômica e empresas públicas, a SECOM tem uma ingerência sobre isso? Quero saber só como funciona o processo, se V.Exa. puder esclarecer.

O SR. MINISTRO EDINHO SILVA - Sim, com o maior prazer, Deputado. Nós não temos ingerência, porque inclusive são empresas públicas que têm autonomia administrativa. Quanto ao que a SECOM faz, vou dar aqui um exemplo bem específico, que é do tema que nós estamos discutindo. Nós temos fiscalizado cotidianamente todas as empresas para que cumpram aquilo que nós estabelecemos como meta — inclusive eu penso que esse critério tem que ser aprimorado, porque nós estamos vendo que a comunicação por meio da Internet avança muito —, mas nós estabelecemos uma meta de 17% para que todas as empresas públicas cumpram o direcionamento das verbas publicitárias. Isso nós fiscalizamos e temos fiscalizado cotidianamente. Agora, nós não temos nenhum tipo de ingerência cotidiana sobre as ações de empresas públicas, porque elas têm autonomia administrativa. Muitas vezes, nós debatemos o *briefing* das campanhas, para que tenhamos o mínimo de unidade no diálogo do Governo com a sociedade. Mas ingerência, nenhuma.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Concedo a palavra ao Sr. Orlando.

O SR. ORLANDO MARQUES - Eu queria dizer que as agências, como dito aqui antes, desconhecem na maioria das vezes esta operação feita no ambiente



digital da mídia programática, como bem mostrou o Deputado Sandro Alex. Então, eu tenho absoluta certeza de que os clientes — e aí incluo também as empresas do Governo, como a Caixa, bancos, enfim, os órgãos do Governo —, como anunciantes sérios, tomam os cuidados de programar de forma correta. O grande problema é desconhecermos o conteúdo onde essa mensagem está inserida, coisa que na mídia tradicional nós dominamos. Quando programamos um comercial na Rede Globo, no SBT, na Bandeirantes, em qualquer revista, jornal ou rádio, nós sabemos o que estamos programando e onde vai sair o anúncio. No mundo digital há essa desordem, que precisamos de alguma maneira administrar, porque desconhecíamos isso.

Eu fiquei abismado em ver o anúncio de grandes anunciantes em *sites* piratas, em *sites* que fazem sua receita num ambiente completamente ilegal, que não tem nenhuma outra receita que não seja advinda da publicidade, que certamente está sendo programada lá por alguém inepto, que não está sabendo exatamente o que está fazendo.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Com a palavra a Sra. Sandra Martinelli.

A SRA. SANDRA MARTINELLI - Obrigada.

De fato, a ABA, enquanto entidade associativa, não tinha conhecimento do conteúdo aqui apresentado pelo Deputado Sandro Alex. Não posso dizer o mesmo em relação a cada um dos nossos 200 associados. Esses associados nossos podem ter estudos, podem não entrar nisso, podem ter conhecimento disso ou não, mas, enquanto entidade associativa, nós não temos conhecimento. E aqui, hoje, ao termos conhecimento desse detalhe, desse conteúdo tão rico, feito em tão pouco tempo, de maneira tão resumida e efetiva, levaremos isso e internalizaremos na ABA. Levaremos isso para um dos nossos comitês — nós temos nove comitês em andamento para estudar temas relacionados ao setor de anunciantes — e começaremos a olhar isso com mais profundidade.

Obrigada.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Obrigada.

Agora, passaremos para novas perguntas.

Com a palavra o Deputado Odorico Monteiro.



O SR. DEPUTADO ODORICO MONTEIRO - Bom dia, Sra. Presidenta Mariana Carvalho, Sras. e Srs. Deputados, Sr. Ministro Edinho Silva, Sra. Sandra Martinelli, Sr. Orlando Marques.

Primeiro, eu gostaria de dizer da importância da CPI. As Comissões Parlamentares de Inquérito têm o papel importante de analisar determinado fenômeno da sociedade, avaliá-lo à luz do crime propriamente dito, investigá-lo e propor novos regramentos. Esta é a segunda CPI de que estou participando este ano — a primeira CPI foi sobre a máfia das órteses e próteses. E o que é que detectamos? Detectamos que a incorporação tecnológica no campo da medicina é muito superior à capacidade regulatória do Estado e que, quando isso acontece, existem espaços para que a má prática aconteça.

A mesma questão está no escopo desta CPI. Há um esforço nosso aqui de não partidarizar a CPI, não trazer as disputas do Plenário para a CPI. Isso é muito importante. Evidentemente que a tensão política faz isso, mas, do ponto de vista do que está colocado, inclusive vemos a contribuição desta audiência pública.

Quero parabenizar a contribuição e o estudo do Deputado Sandro Alex, que traz exatamente um vazio. Vejam só: tudo isso que nós estamos discutindo aqui está na Internet, que é a *surface*. Ou seja, nem estamos na *libweb*, que é onde está tudo criptografado, que não conhecemos, que é um mundo onde parte do crime acontece e que não estamos analisando. Evidentemente, talvez daqui a 2, 3 anos seja motivo de uma CPI, para analisar quando inclusive esse mundo desconhecido volte a ser conhecido. Isso é importante entendermos.

Então, temos de delimitar o escopo da CPI no objeto dele, porque senão o diminuímos. E V.Exa., Deputado Daniel Coelho, cita o *site* Brasil 247: “*Mas o Governo...*”. Se eu for ver isso, talvez os maiores clientes do Governo sejam a Globo — o *G1* —, a Abril. Ou seja, não dá para fazer a patrulha ideológica, porque o Governo adquire anúncios. Nós estamos aqui com as associações brasileiras de agências de publicidade e de anunciantes. O Governo é um anunciante. Quando ele contrata o anúncio, ele é espalhado na rede! Então, não dá para fazer uma patrulha ideológica: “*Não, porque o Governo só financia esse site*”. Não! Ele financia todos, inclusive *sites* que o Governo desconhece, como foi apresentado pelo Deputado Sandro Alex. Então, isso é importante, e queria chamar a atenção para isso.



Eu queria mostrar inclusive que o Governo investe pouco na área. Como o Ministro Edinho Silva falou — e eu queria que ele falasse um pouco sobre isso —, essa área da Internet corresponde hoje a 30% do mercado, e o Governo só investe 8%, porque a mídia da televisão é a maior quantidade. Então, eu queria falar um pouco sobre isso. Depois, queria que o Ministro falasse um pouco como é que o Governo está analisando os critérios para trabalhar com a rede de conteúdo.

Eu também, Ministro, faço parte da Frente Parlamentar em Apoio e Fortalecimento da Mídia Regional. Eu queria ver como o Governo também está avaliando essa questão, porque é muito importante para um país continental como o Brasil fazer investimentos em mídias regionais. Como é que o Governo e a SECOM analisam a importância das mídias regionais na divulgação das ações do Governo?

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Com a palavra o Deputado Ronaldo Nogueira.

O SR. DEPUTADO RONALDO NOGUEIRA - Quero cumprimentar a Presidente Mariana Carvalho, que tem feito um belíssimo trabalho à frente desta Comissão Parlamentar de Inquérito. Cumprimento os nossos convidados, o Sr. Ministro Edinho, que acolheu o convite da Comissão e que, de forma muito elegante, está contribuindo com esta Comissão; a Sra. Sandra, da Associação Brasileira de Anunciantes; e o Sr. Orlando, Presidente da Associação Brasileira de Agências de Publicidade.

Eu vou fazer uma pergunta a cada um dos senhores. Eu vou procurar ser bem objetivo nas minhas perguntas, no sentido de colaborar com a celeridade dos trabalhos desta Comissão.

O Sr. Orlando representa aqui as agências que fazem a intermediação entre o anunciante e os *sites* que fazem a propagação dessas mídias. Não há como alegarmos desconhecimento com relação à existência de *sites* criminosos, que propagam conteúdos criminosos, contra pessoas, contra a ordem. São *sites* discriminatórios, com conteúdo pornográfico, até com conteúdos fazendo apologia à própria pedofilia, a toda sorte de males e a outros tipos de crimes.

Quando a agência faz a contratação do devido *site*, para fazer a propagação do conteúdo da marca, ela faz uma checagem sobre o comportamento ético, legal e moral do *site*? Essa seria a pergunta para o Sr. Orlando.



Sra. Sandra, um dos objetivos da ABA é impedir que a publicidade enganosa ou abusiva cause constrangimento ao consumidor ou à empresa. Entendemos que o principal objetivo da ABA é mais proteger o anunciante, a empresa que vai promover a venda da sua marca e torná-la notada e conhecida pelo mercado, pelas pessoas. Se porventura a ABA identifica a propaganda da marca, como o caso que o Deputado Sandro Alex mostrou, marcas que são conhecidas não somente no âmbito nacional, mas também no âmbito internacional — não sei se essas marcas são associadas ou não à ABA —, quando toma conhecimento de que um associado está com a sua marca numa plataforma criminosa, ela tem tomado alguma providência no sentido de notificar o anunciante, dizendo-lhe que aquele *site* não é adequado para estar ali exposto? A partir do momento em que um anunciante tem uma marca de certo prestígio, num *site* desses, ele tá potencializando a imagem desse *site*, configurando-o como se fosse um *site* em potencial para os demais anunciantes. Então, de forma indireta, esse anunciante estaria colaborando para o estabelecimento no mercado e até para o chamamento de mais clientes para esse *site*. A pergunta é se a ABA tomou conhecimento só agora, através da amostragem aqui do Deputado Sandro Alex, e, se teve conhecimento antes, se existiram casos em que ela notificou o seu associado para alertá-lo.

Para o Ministro Edinho Silva, eu quero fazer a seguinte pergunta: as contratações do Governo são feitas por meio de campanhas, para divulgar suas ações no que diz respeito à emancipação da sociedade, como campanhas de vacinação, controle de doenças, até porque o Governo não tem concorrência. No meu entendimento, os investimentos em publicidade, por parte do Governo, não precisariam ser tão pesados, considerando hoje as grandes dificuldades do Brasil. É uma crítica que eu faço, de forma muito respeitosa, a V.Exa., que está aqui hoje. A decisão não é do senhor; o senhor é executor das ações da Secretaria de Comunicação do Governo. O Governo contrata a agência de publicidade ou a contratação é direta, por exemplo, com o *site*, com a plataforma? Quando ocorre o contrato, o Governo estabelece alguma regra no sentido de impedir que a agência contratada evite a marca do Governo ali, no caso de um *site* criminoso desses, como ocorreu no exemplo dado pelo Deputado Sandro Alex?



Seriam essas as perguntas, Presidenta Mariana. Eu agradeço a generosidade de V.Exa. pelo tempo.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) Obrigada, Deputado.

Com a palavra o Deputado Fábio Sousa.

O SR. DEPUTADO FÁBIO SOUSA - Primeiro, bom dia a todos! Bom dia, Sra. Presidente! Quero cumprimentar a todos os demais membros da Mesa, na pessoa do Exmo. Sr. Ministro Edinho Silva.

Antes de tudo, eu gosto muito de ser justo nas minhas colocações. Eu preciso dizer que, como Presidente da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação desta Casa, quando requisitamos informações do Ministro ou a presença dele aqui, ele sempre demonstra muita presteza para participar. Eu preciso fazer justiça. Aliás, o Deputado Sandro Alex, que é membro atuante, há mais tempo do que eu, sabe que pelo menos nós não temos que reclamar a presença de Ministro ali na Comissão.

Mas, dito isso, eu gostaria de pegar algumas informações com o senhor, na linha daquilo que foi colocado pelo Deputado Daniel Coelho e também agora pelo Deputado Ronaldo Nogueira. Há algum critério quanto a recursos destinados para empresas, para plataformas, enfim, para *sites* virtuais, tendo em vista seus conteúdos? Segundo informações da própria SECOM, divulgadas em abril deste ano, os gastos com Internet foram quase 200 milhões. Cresceram em 22%, quase 23%, no ano de 2014. O ano de 2015 não deve ter fechado ainda. Qual o critério feito pelo Ministério, pela SECOM, para escolher esse tipo de página? Eu não estou falando só de *site* ilegal, como nos trouxe o Deputado Sandro Alex, até porque V.Exa. colocou que está recebendo essas informações agora, mas eu gostaria de saber também sobre aqueles que são, entre aspas, legais; ou melhor, se o *site* está legalizado, se traz suas informações, se o critério é o conteúdo, é político, é moral, é regionalizado. Qual é o critério que a SECOM utiliza, já que nós estamos falando de 200 milhões de reais. É uma quantia considerável. E quando há, Ministro, detectado algo que foge desses critérios... Porque eu imagino, por exemplo, que tem *sites* que usam conteúdos, pelo menos opinião minha, vídeos com cinema, etc. e tal, de conteúdos assim mais destinados a um público diferenciado, adulto, etc. e tal, você não precisa ter recursos da SECOM. Além de ser uma empresa que já tem recursos



e já acumula verbas mundialmente falando e também não tem nada a ver com a SECOM trazer esse tipo de informação ali, penso eu. E, quando detectado, há alguma penalidade? A SECOM determina o corte desses recursos, o corte do contrato? Enfim, por aí vai.

Também pergunto ao senhor se há alguma diretoria ou secretaria para fazer esse tipo de fiscalização por parte da SECOM, porque eu imagino que V.Exa. tem muita coisa para fazer e, lógico, uma das funções de um Ministro de Estado é delegar funções.

Na mesma linha, eu também pergunto aos demais representantes da organização civil aqui presentes se, na opinião deles, o Brasil, as entidades governamentais, as instituições de segurança fazem o combate necessário aos crimes cibernéticos que são detectados. Se o fazem, pode melhorar? Como melhorar? Se não, o que falta e o que é necessário?

São essas as minhas perguntas. E eu só termino dizendo, Sra. Presidenta, que recentemente eu estava participando até como convidado de uma discussão aqui, num outro plenário, sobre um estatuto que estava sendo votado, e evidentemente tinha gente a favor e contra. E, numa certa hora, uma Deputada do Partido dos Trabalhadores foi contra veemente, fez a sua defesa lá, enfim. E aí, alguns Deputados tentaram cortar a fala dela gritando, esperneando, enfim. Eu fui um dos que, por mais que discordava 100% do que ela estava falando ou quase 100% do que ela estava falando, defendi o direito dela de falar. Porque, no Parlamento, o Deputado tem que ter o direito de falar, de perguntar, de dizer, de discutir, tanto a favor quanto contra.

Então, peço essas informações e faço essa última crítica. Muito obrigado, Sra. Presidenta.

A SRA. PRESIDENTA (Deputado Mariana Carvalho) - Obrigada, Deputado Fábio Sousa. Concedo a palavra ao Deputado Silas Freire, para a gente poder fazer mais um bloco e, depois, abrir para outro bloco de perguntas.

O SR. DEPUTADO SILAS FREIRE -Sra. Presidenta, Deputada Mariana, permita-me cumprimentar todos da Mesa através de V.Exa. Eu gostaria de iniciar elogiando a explanação do Deputado Sandro Alex e dizer que, no dia 3 de setembro, estive nesta Comissão os Srs. Eduardo Levy Cardoso Moreira, Presidente do



Sindicato Nacional das Empresas de Telefonia, e esteve aqui também o Marcos Vinícius Ferreira Mazoni, Diretor-Presidente do Serviço Federal de Processamento de Dados. E eles, nas entrelinhas, já deixavam essa preocupação que hoje foi muito bem explanada pelo Deputado Sandro Alex.

O Dr. Eduardo Levy chegou a dizer que a Internet é como se fosse um caminhão que vem carregado de caixas, mas que ele conduz essas caixas, mas ele não pode abrir essas caixas que estão dentro do caminhão, porque ele estaria ofendendo o art. 5º da Constituição Federal. Está certo? E praticando um crime de interceptação.

O que ele quis dizer? E a minha assessoria trouxe aqui o relato dele na audiência que eu não estive presente. Ele quis dizer que a Internet conduz, ela é o espaço, mas não tem como se vedar o que lá vai ser publicado. Mais tarde, na mesma audiência, também foi confirmado pelo Marcos Vinícius, por exemplo.

Eu lhe dou um exemplo. Eu monto um *blog*, Deputado Sandro Alex. Eu sou jornalista, apresentador de televisão. Estou Deputado por enquanto. Eu monto um *blog* e lá eu tenho 200 acessos a esse *blog*. Automaticamente a marca da Citroën vai para lá quando ela anuncia. Ela vem dentro do caminhão. E como se está em busca de cliques de audiência, isso acontece. Eu não estou aqui para defender empresas. As empresas, às vezes, são veiculadas nesses *sites* porque previamente esses *sites* não colocam o que eles vão veicular. Não sei se me fiz entender, porque nessa audiência o Eduardo Levy deixou bem claro aqui que, na realidade, a Internet continuará a ser — nós não temos instrumentos ainda — esse caminhão carregando caixas, e caixas fechadas, que eles não podem abrir. O próprio Marcos Vinícius nos disse aqui que há equipamentos internacionais que já vieram para o Brasil que podem fazer essa interceptação. E assim está preservando empresas, mas ainda não chegou no Brasil essa metodologia, essa tecnologia melhor dizendo.

Então, dizendo isso, eu acho pertinente os seus encaminhamentos. Eu acho que o Ministério Público... Até porque, ainda com o pouco avanço que nós temos, só o Ministério Público pode estar bloqueando IPs, a seu pedido, a justiça. E aí nós vamos estar interceptando esses *sites* que estão sendo financiados por empresas, se aproveitando de suas audiências, de seus cliques. Então, eu achei de



fundamental importância o encaminhamento de V.Exa. Fiz essa explanação só para parabenizá-lo e para também nos colocar aqui da participação.

Mas eu encaminho à Dra. Sandra as seguintes pontuações. A aprovação da Resolução nº 163, emitida pelo CONANDA — Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente, no primeiro semestre de 2014, Sra. Presidenta, proíbe qualquer publicidade considerada abusiva ou dirigida a crianças com a intenção de protegê-las de persuasão ou consumo.

Para os senhores, e aí eu também estendo ao Sr. Orlando Marques, essa proibição de publicidade infantil é um retrocesso ao processo democrático ou ele de certa forma tem as suas razões, porque nossas crianças acabam sendo expostas a esses psicopatas pedófilos do mundo inteiro?

Nós sabemos que a propaganda para esse público, crianças e adolescentes, deve ser regulada cuidadosamente. As crianças são consideradas sensíveis e vulneráveis à publicidade. Os senhores acham que essa publicidade infantil deve ser proibida para crianças? É outra pergunta que eu lhes encaminho. E, se as crianças não terão acesso a determinados conteúdos e informação, então eu pergunto: até que ponto essa proibição pode prejudicar a formação de uma criança também? Eu não sei se me fiz compreender nas perguntas que fiz aos senhores.

Ministro Edinho, agradeço a sua presença. Até para aquele episódio de que a comunicação nacional foi invadida, foi criado o ExpressoV3, e eu queria saber se isso já está sendo implantado. Foi determinado a todos os órgãos do Governo Federal a adoção desse *e-mail*. É um *e-mail*, uma solução desenvolvida pelo Serviço Federal de Processamento de Dados, e eu gostaria de saber se essa aplicação está sendo feita.

Para terminar, ainda para o Ministro. Existem... E aí eu tenho que concordar com o Deputado Daniel Coelho, e aí eu ainda vou insistir nesta CPI que nós apuremos também crimes de webjornalismo. Vamos insistir, eu sou jornalista. Ninguém mais do que eu quer que se apure. Têm muitos picaretas aí que montam *blogs*, montam portais para chantagear, para esculhambar, para difamar, e aí nós vamos ter que trazer aí esse fórum. Quem está patrocinando esses caras? E isso é no Brasil inteiro. Tem gente vitimizada no Brasil inteiro.



Aí eu gostaria também de reafirmar a pergunta ao Ministro: qual o critério, não na Internet, mas nesses *sites* de webjornalismo, por exemplo, quando tem o patrocínio de empresas governamentais? Às vezes a gente está indo pela audiência também. Tem que ver. Às vezes o *site* tem muita audiência, porque ele agride. Lá no Piauí tem um “chantageazê” que, Ave-Maria! Chantageia pai de família, que meu Deus do Céu! Os caras andam assustados com o cara. Pagou, ele tira da mídia. Não pagou, ele não tira. É um bandido! Então, nós vamos ter que trazer aqui as vítimas desses caras do Brasil inteiro. Quem são essas (*ininteligível*)? Muito obrigado.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Obrigada, Deputado Silas Freire. Eu consultei o Ministro. Ele prefere que faça as quatro depois, porque senão fica muita coisa para o Ministro aqui responder e a Mesa também. A gente faz e faz um intervalo aqui rapidinho, caso precisar ir para a Ordem do Dia.

Com a palavra o Ministro Edinho Silva.

O SR. MINISTRO EDINHO SILVA - Olha, em relação ao que o Deputado Odorico Monteiro levanta, ele está coberto de razão. Hoje, nós já temos estudos de que a Internet representa 30% de toda a comunicação social, e, na SECOM, nós precisamos atualizar esses dados, eles estão desatualizados. Na última medição que nós fizemos, nós estávamos trabalhando com critério de 17%. A SECOM alcança os 17%. Agora, confesso, aqui, que é uma luta contínua. Na verdade, em 2014, o Governo Federal, como um todo, alcançou 8,5%. Portanto, bem abaixo daquilo que nós deveríamos estar investindo na publicidade via Internet. A questão dos critérios... Vou tentar fazer aqui uma resposta, talvez eu consiga abarcar todas as questões levantadas. Nós temos uma normativa. Essa normativa estabelece... Depois, eu posso, inclusive, encaminhar cópia dessa normativa para a Comissão. Os critérios são técnicos, portanto é de audiência. Só para que... E depois nós podemos mandar também esses documentos para a Comissão. Por exemplo, se nós pegarmos os portais, o portal que mais recebe recurso do Governo Federal é o UOL; em segundo lugar, o *globo.com*; em terceiro, o Yahoo; em quarto, o MSN; em quinto, o R7; em sexto, o Terra; depois, o IG. Se nós formos para as redes sociais, são as tradicionais: Facebook, Twitter e LinkedIn. Também, os *sites* que nós chamamos verticais: Mercado Livre; OLX; Abril; Vagalume; Buscapé; Folha.



Também nos blogs: *significados.com*; Mundo das Tribos; Fatos Desconhecidos; o Globo, os blogs do Globo; GG Brasil; Não Acredito; Top 10. Enfim, esses aqui são aqueles que mais recebem recursos do Governo Federal. Portanto, os critérios que nós utilizamos são critérios técnicos. Esses critérios se alteram de acordo com a alteração da audiência, que nós medimos constantemente. Em relação às mídias regionais...

O SR. DEPUTADO FÁBIO SOUSA - Sr. Ministro, desculpe. Sr. Ministro, mas o critério é só audiência? Essa foi minha pergunta. Independe do conteúdo? É só audiência que pede?

O SR. MINISTRO EDINHO SILVA - É. Nós não temos, tecnicamente, como medir de outra forma. O que eu penso. Eu tenho uma inquietação como V.Exa. tem. Por exemplo, a questão do clique. Eu acho que nós temos que aprimorar. Além do clique, tem que ter tempo de permanência, para que você possa aferir, porque aí você afere o conteúdo. Ou seja, essa pessoa fica naquele *site*, não só clica, significa que ele tem conteúdo. Agora, para que você chegue... Porque como que a SECOM... Eu sempre digo que a mídia técnica é um imenso avanço, porque ela tira da subjetividade. Então, não sou eu que escolho aonde a SECOM coloca recurso, que o Governo Federal coloca recurso. Você tem um critério técnico. Ele é perfeito? Ele é imperfeito. Certamente, ele é imperfeito. Ele tem falhas? Ele tem falhas. Mas ele é melhor que a subjetividade. Ou seja, o critério que eu enxergo ou que você vai enxergar, que todos que estão aqui neste espaço vão enxergar. Portanto, você tira da subjetividade. Agora, é o ideal? Evidente que não. Inclusive, nesta reformulação da legislação, talvez esta Comissão possa oferecer algo que avance em relação àquilo que nós temos hoje. Mas eu não tenho nenhuma dúvida de que o critério técnico é um avanço, porque, antes dele, o que tinha era a subjetividade. Você escolhia aonde a verba de publicidade ia. Mas, certamente, tem imperfeições. Em relação à mídia...

O SR. DEPUTADO SANDRO ALEX - Por favor. Eu queria perguntar se V.Exa. vai determinar a imediata suspensão dessas propagandas e se...

O SR. MINISTRO EDINHO SILVA - Imediata. Ainda mais, o que eu estou dizendo aqui... E também eu já entro um pouco na resposta. Nós temos cláusulas contratuais que impedem isso. Portanto, se isso está acontecendo, não só nós



temos como suspender, mas nós temos como penalizar, contratualmente, quem se utilizou dessa forma de impulsionar a audiência. Porque os contratos que nós estabelecemos impedem, eles vedam esse tipo de prática. Em relação à mídia regional, que o Deputado Odorico Monteiro também levanta, essa é uma meta que nós perseguimos: nós aprimoramos cada vez mais a regionalização. Por quê? Primeiro, você democratiza as verbas; segundo, você torna a comunicação mais eficiente. Por que ela se torna mais eficiente? Porque nós vamos trabalhar com a realidade de cada Região. O Brasil é um País continental, que tem diversidade regional, cultural. Portanto, quando você regionaliza, você dialoga de forma mais eficiente com as comunidades regionais. Então, a regionalização da mídia é algo que nós queremos aperfeiçoar, e que nós buscamos constantemente. É fácil? Não é. É simples? Não é. Mas nós estamos aprimorando os nossos instrumentos de gestão para que ela se torne cada vez mais eficaz, que a gente possa ter a audiência municipal, a audiência regional, portanto, que a gente utilize o critério técnico regionalmente, sem provocar nenhum tipo de distorção. Eu não sei se eu consegui dar conta de todas.... Respondi todas, não é?

O SR. DEPUTADO SILAS FREIRE - Só faltou o *e-mail*.

O SR. MINISTRO EDINHO SILVA. - Certo. Nós temos utilizado, sim, o *@presidencia.gov.br*.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Concedo a palavra ao Sr. Orlando Marques.

O SR. ORLANDO MARQUES - Queria ir por partes. Primeiro, inicialmente, apenas para complementar o que o Ministro Edinho disse respondendo ao questionamento do Deputado Odorico Monteiro. É que a minha empresa não trabalha para a SECOM, e eu tenho absoluta certeza de que as decisões da SECOM, no que se refere à mídia, são técnicas. Não tenho nenhuma dúvida com relação a isso. A SECOM é muito equipada, com grandes profissionais na área de comunicação, e tenho certeza que a decisão é técnica. Esta coisa foge aos dedos, como foge nas agências. Eu tenho certeza que a agência que cuida da Citroën não sabe que a Citroën está patrocinando um *site* pirata. Tenho absoluta certeza disso. Com relação, também, ao questionamento do Deputado Ronaldo Nogueira, com relação à relação nossa, das agências, com os *sites*, se olhamos os conteúdos...



Nós temos recomendação dos clientes para tomarmos todos esses cuidados, porque o cliente não quer apenas vender mais, ele quer proteger a coisa mais sagrada que ele tem que é a marca. O nome da marca Citroën, ali, é muito ruim para a Citroën, e é muito ruim para qualquer cliente. E a gente tem, às vezes, alguns desvios que acontecem em algum lugar... Por exemplo, nós temos como cliente, na minha agência, a rede nacional da Chevrolet. Não as concessionárias, mas a Chevrolet como anunciante de varejo. E pode ter — e já aconteceu de ter — uma determinada revenda, em algum lugar, que está cometendo um deslize desses. Quando a gente sabe, imediatamente, a Chevrolet mesmo toma a providência de tirar aquilo do ar falando diretamente com a concessionária. Como foge aos dedos da SECOM, deve fugir também aos dedos de muitas agências e de muitos clientes. A gente toma todos os cuidados antes, mas nós não sabemos o conteúdo, muitas vezes, durante. E mesmo um *site* sério, às vezes, pode ter lá dentro..., ou uma empresa qualquer de Internet pode, de repente, ter uma manifestação de opinião, de alguém que entrou e colocou numa mídia social uma opinião que pode denegrir a marca, que pode comprometer a marca... Então, a gente também age, imediatamente, tirando ou respondendo essa mensagem. Mas isso, como sempre, é meio *a posteriori*. É muito difícil. No anterior, Deputado, a gente toma as providências, mas, no durante, às vezes, a gente tem que corrigir a rota. O Deputado Fábio Sousa perguntava se a gente acha, se nós, agências e anunciantes, achamos que as autoridades combatem os crimes cibernéticos. Eu não sei responder, mas eu digo o seguinte: talvez não estejam combatendo, porque talvez não consigamos andar na mesma velocidade que este mundo cibernético caminha. Isso tudo é novo para nós. Quando nós programamos as mídias conhecidas, as chamadas mídias tradicionais, nós sabemos qual é a audiência de uma televisão, qual é a audiência de uma revista, a circulação, os leitores, de uma revista, de um jornal. Fazemos isso com absoluta segurança e precisão dizendo: “*O senhor vai fazer um anúncio aqui, que vai custar tanto, que vai atingir tantos milhões de pessoas, de tal qualificação...*” Sabemos o conteúdo daquele veículo, mais ou menos. Nós não sabemos qual é a notícia do dia do jornal, mas sabemos que o jornal sério não vai tratar a notícia de maneira desrespeitosa. Então, nós temos o domínio das ferramentas e fazemos isso com a maior segurança. Neste ambiente



novo, digital, é muito difícil. Por isso, eu acho que a contribuição que o Deputado Sandro Alex trouxe é muito importante para que tenha um despertar geral para isso nesta sala. Isso é muito importante.

Eu tenho certeza de que o Sr. Ministro está atento a isso. Tenho absoluta certeza de que todo o pessoal da SECOM vai olhar isso com todo o cuidado e que nós, agências, e os anunciantes — representados aqui pela Sandra — vamos fazer.

O Deputado Silas Freire nos pergunta de CONANDA e de publicidade infantil. Primeiro, o CONANDA. O CONANDA é um conselho de assessoria e propôs a proibição da propaganda infantil das 7 horas às 22 horas. Nenhuma agência e nenhum cliente respeitou isso, porque isso não é lei. Transforme isso em lei que nós vamos cumprir.

Mas nós vamos lutar com V.Exas. no Congresso para que isso nunca vire lei, porque nós somos 100% favoráveis à liberdade de expressão comercial e à liberdade de expressão dos veículos. Nós vamos lutar aqui, não é lá no CONANDA, onde se pode fazer uma recomendação de que se proíba.

Então, no mesmo dia em que saiu aquela recomendação do CONANDA, a minha associação fez uma circular para todos os associados dizendo: “*cumpram-se leis*”. Esse parecer do CONANDA não é uma lei. O dia em que for, vamos obedecer, como cumprimos todas as leis. Somos empresas sérias e comprometidas com as liberdades democráticas deste País.

Com relação à publicidade infantil, ainda nesse tema, a ABAP trata disso com muita seriedade há 9 anos. Nós temos — e eu recomendo aos senhores que entrem nele — o www.somostodosresponsaveis.com.br. É o site da ABAP, onde nós tratamos desse tema. Nós não queremos que este País tenha, amanhã ou depois, cidadão de terceira categoria, que não sabe o que está se passando. Isso é o que nós podemos fazer com as nossas crianças se as proibirmos, totalmente, de ter acesso à mídia.

Há recomendações do CONANDA e outras recomendações parecidas que conseguem proibir ou conseguem tentar proibir a limitação de publicidade nas mídias tradicionais. E quem vai combater o celular que a minha filha acessa? Quem vai combater o *tablet* ao qual ela está todo dia ligada? Como é que nós vamos regular isso?



Não adianta não se colocar, proibir o anúncio no programa *Chiquititas* ou em qualquer programa infantil, em qualquer desenho de qualquer canal de televisão. Não adianta tirar anúncio da revista da *Mônica*. Isso não resolve. A grande audiência hoje está nos acessos que essas crianças têm a outros meios de comunicação.

Nós prestamos um grande desserviço se fizermos essa proibição, porque nós vamos proibir, por exemplo, que o Sr. Maurício de Sousa consiga vender suas revistas. E aqui há muita gente que, certamente, se educou muito lendo revista do Maurício de Sousa.

Nós não podemos tirar essa possibilidade de os nossos cidadãos que hoje estão com 8 ou 10 anos de idade virarem cidadãos conscientes e que saibam consumir, também, uma coisa chamada “publicidade”.

Muito obrigado.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Eu não vou suspender a reunião, vou continuar aqui. Alguns Deputados vão e outros vêm, para poder não atrapalhar o andamento da Comissão. Só para poder explicar para todos, estamos tendo votação nominal. Então, os Deputados vão votar e voltam para dar continuidade. Mas, mesmo assim, vamos dar andamento.

Agradeço, Sr. Orlando, também as suas palavras. O senhor falou que as empresas não têm conhecimento. Tenho certeza de que também, Deputado Sandro Alex, essas empresas não têm conhecimento de poderem estar financiando esses *sites* piratas. Até mesmo o início desta CPI se deu através de uma operação chamada IB2K, que desviou milhões de reais de correntistas para compras de armas e drogas na Internet.

Muitas vezes, nem a própria sociedade tem conhecimento do que acontece nas redes. O Deputado Odorico Monteiro foi muito feliz quando falou do *surfing* — que é onde nós conseguimos alcançar com muita facilidade na Internet —, que nós não conseguimos nem ter conhecimento. Imagine na *deep web*, que é onde nos assusta e é a nossa grande preocupação.

Mas nós sabemos que esta CPI ainda tem muito para caminhar e encaminhar e, assim, nós chegarmos aos relatórios finais, realmente, com propostas que atendam à sociedade, dando segurança, principalmente, às pessoas mais vulneráveis ao uso dela.



Eu concedo a palavra à Sra. Sandra Martinelli.

O SR. DEPUTADO SANDRO ALEX - Sra. Presidenta, só uma questão de ordem.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Claro, Sr. Deputado.

O SR. DEPUTADO SANDRO ALEX - Ainda que estejam como convidados, claro que em CPI a declaração dos nossos convidados tem força, principalmente, a do Sr. Ministro. Então, ao dizer que não tem conhecimento, claro que a investigação continua. Nós estamos iniciando um processo de investigação, que foi iniciado nesta manhã com essa denúncia. Então, é claro que tem força, e nós acreditamos. Mas, enfim, nós queremos o encaminhamento — como o Sr. Ministro disse agora — da suspensão imediata.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Sem dúvida.

O SR. DEPUTADO SANDRO ALEX - Determinação dos anunciantes em memorando interno, enfim. Nós queremos o encaminhamento.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Sr. Deputado, o Ministro foi muito feliz aqui em colocar que vai contribuir, trazendo e mandando os relatórios a esta CPI, até mesmo pelo fato de esta ser uma CPI, uma Comissão Parlamentar de Inquérito.

O SR. DEPUTADO SANDRO ALEX - É. E o que nós precisamos saber? Quem tinha conhecimento? Em qual nível de escalão? Em qual nível de agência ou de operação? Quem tinha conhecimento? Alguém tinha conhecimento, porque o pagamento foi efetuado.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Obrigada, Deputado Sandro Alex.

Concedo a palavra à convidada Sandra Martinelli.

A SRA. SANDRA MARTINELLI - Obrigada, Deputada.

Buscando responder e comentar as questões levantadas pelos Deputados Odorico Monteiro, Ronaldo Nogueira e Fábio Sousa, eu gostaria de reforçar, reiterar que, como mencionamos aqui, a ABA não produz ou contrata anúncios de qualquer veículo *online* ou *off-line*, de modo que, infelizmente, não temos como contribuir muito aqui com a profundidade do tema.



Mas nós reafirmamos o nosso compromisso com esse forte arcabouço de *compliance* e ética e isso, sim, garantimos que rege a associação e seus associados. E, com certeza, vamos endereçar esses pontos perante os nossos anunciantes internamente. Os comentários dos senhores são para nós um convite à reflexão, de modo que vamos internalizá-los através de algum dos nossos nove comitês — como mencionei há pouco.

Comentando agora sobre a pergunta, a colocação do Deputado Fábio Sousa — se consideramos que as autoridades têm combatido adequadamente os crimes cibernéticos —, eu queria me acompanhar à voz do Sr. Orlando Marques, ao dizer que, sim, este é um mundo novo para todos os *players* envolvidos, todos os lados. E nós estamos aprendendo. Todos nós também — anunciantes, agências, autoridades governamentais — estamos aprendendo juntos. E esta CPI e essa apresentação do Deputado Sandro Alex são, realmente, um convite para a reflexão de todos nós envolvidos nesse processo.

Sobre a questão do Deputado Silas Freire da resolução CONANDA, é verdade que isso não é lei. Então, a posição da ABA sobre isso... Nós já estivemos aqui, em maio, participando de uma audiência pública especificamente sobre esse tema. Tenho à disposição dos senhores — a quem interessar — essa posição por escrito. Mas, basicamente, nós seguimos a Constituição brasileira. Nós acreditamos e seguimos a autorregulação. Nós acreditamos na liberdade de expressão comercial e a seguimos e a defendemos. E, por fim, acreditamos na responsabilidade dos pais, que não pode ser delegada.

Muito obrigada.

O SR. PRESIDENTE (Deputado Leo de Brito) - Concedo a palavra ao Deputado Jean Wyllys.

O SR. DEPUTADO JEAN WYLLYS - Obrigado, Sr. Presidente. Quero, desde já, agradecer a presença dos comunicadores nesta CPI, a Sandra Martinelli, o Orlando Marques e o Sr. Ministro Edinho Silva. Quero agradecer a presença dos três.

É uma pena que o Deputado Daniel Coelho não esteja aqui, porque eu queria responder para ele que eu não tenho... Eu sou do PSOL, estou Deputado Federal pelo PSOL do Rio de Janeiro e faço, nesta Casa, oposição ao Governo do PT, ao



Governo Dilma. Faço uma oposição à esquerda, não pertenço ao PT, nunca fui filiado.

Reservei-me o direito político de, no segundo turno das eleições, votar na Presidenta Dilma, porque havia dois projetos em curso. E, até onde eu saiba, os direitos políticos me garantem escolher entre esses dois projetos qual deles mereceria meu voto. Então, de modo que eu não tenho obsessão por partido nenhum, não tenho obsessões por partido, mas eu sou obstinado em desmascarar discursos hipócritas e demagógicos e indignação seletiva.

O objeto desta audiência pública, para mim, não ficou muito claro. Eu não sei se ela está tratando de publicidade infantil abusiva. Não está claro se ela está tratando da partilha das verbas publicitárias do Governo entre a mídia de massa e as novas mídias que surgem com as tecnologias da comunicação, quais são os critérios de distribuição desses recursos. Não está claro se ela trata da política de direitos autorais, *copyright* em detrimento dos *creative commons*. Não está claro se ela trata dos crimes contra a honra praticados por *blogs* ou *sites*. Quer dizer, uma audiência que tenta marcar muitos assuntos num só. Mas digamos que o assunto seja este: os crimes contra a honra praticados por *blog* ou *site*, portanto, no escopo dos crimes cibernéticos. Se for assim, vejamos o seguinte: *sites* políticos que têm uma linha de atuação bastante difamatória, com acusações frontais a pessoas públicas vieram a esta Casa e sentaram-se ao lado do Presidente desta Casa, Eduardo Cunha, e com Deputados da Oposição e de Direita, do DEM, do PSDB, do PPS, e todos tiraram uma foto, já clássica, com o dedo em riste, e a colocaram-na na Internet.

Bom, o Presidente da Casa está formalmente denunciado pela Procuradoria-Geral da República pelos crimes de corrupção e lavagem de dinheiro, inclusive crimes investigados na Lava-Jato, em contratos que envolvem a PETROBRAS.

Então, temos que nos perguntar: qual a relação desses *sites* com esses Deputados que fotografaram ao lado dos porta-vozes nesse *site* que têm essa linha difamatória, e qual a relação do Presidente da Casa, acusado de corrupção, com esses mesmos *sites*? Essa é uma pergunta a se fazer.

A *Folha de S. Paulo* também publicou recentemente uma notícia, que quero ler aqui... Aliás, duas notícias, na verdade. Uma dela diz: "*Blogueiro antipetista*



recebe pagamentos do Governo Alckmin. Um blogueiro que distribui propaganda antipetista a milhares de seguidores na Internet recebe há 2 anos pagamentos mensais por serviços de comunicação prestados ao Governador Geraldo Alckmin, em São Paulo. Na rede, o advogado Fernando Gouveia apresenta-se com os pseudônimos de Gravataí Merengue e como CEO. Ou seja, é o executivo principal do site Implicante, que publica e ajuda a difundir notícias — nem sempre verdadeiras —, artigos, vídeos e memes contra o PT e a Presidenta Dilma Rousseff.”

E há outra notícia que dá conta, por exemplo, de que o Governador Beto Richa mantém uma Tenda Digital, uma rede de blogueiros, para desqualificar e atacar a honra de adversários políticos.

Portanto, se a questão é se indignar com crimes contra a honra praticados por *blogs* e se indignar com as relações desses *blogs* com os Governos e com os partidos, temos, então, que tratar de tudo isso aqui. Não podemos ter essa indignação seletiva de questionar, por exemplo, a verba publicitária que foi colocada no Brasil 247, o conteúdo do Brasil 247 e não se indignar, por exemplo, com esse blogueiro que recebia 70 mil mensais para difamar e difundir conteúdos antipetistas, quase sempre mentirosos. E volto a dizer: não sou do PT, faço oposição ao PT, mas sou uma pessoa justa, e queremos agir com justiça aqui.

Se a questão é a distribuição de recursos, ora, o próprio Ministro já disse que a maior parte dos recursos vai para a mídia de massa. E a mídia de massa é tão independente que montou uma linha editorial comum a todas elas, que é uma linha de bater no Governo — e eu volto a dizer que faço oposição a este Governo.

Portanto, não dá para ter indignação seletiva nem vir com discursos hipócritas e demagógicos, que sempre vão ter a minha oposição. De modo que eu não sou obcecado, sou obstinado.

Dito isso, vamos às perguntas ao Ministro, que é isso que me interessa.

Ministro, o art. 26 do Marco Civil da Internet diz:

“Art. 26. O cumprimento do dever constitucional do Estado na prestação da educação, em todos os níveis de ensino, inclui a capacitação, integrada a outras práticas educacionais, para uso seguro, consciente e responsável da Internet como ferramenta para o exercício da cidadania, a promoção da cultura e o desenvolvimento tecnológico.”



Eu pergunto: a SECOM pensa ou já tem em mente campanhas publicitárias, campanhas para educar o usuário na Internet — quer dizer, não sei se campanha publicitária, mas campanhas governamentais —, campanhas educativas que envolvam, por exemplo, o uso consciente, adequado das redes; e, sobretudo, campanhas para alertar as crianças que por exemplo são alvos de publicidade infantil?

Outra pergunta Ministro: o art. 29 do Marco Civil diz:

“Art. 29.....”

Parágrafo único. Cabe ao Poder Público, em conjunto com os provedores de conexão e de aplicações de Internet e a sociedade civil, promover a educação e fornecer informações sobre o uso dos programas de computador previstos no caput — de controle parental —, bem como para a definição de boas práticas para a inclusão digital de crianças e adolescentes.”

Como a publicidade *on-line* do Governo pode ajudar nesse objetivo? Quando se pensa em publicidade *on-line*, coadunar essa publicidade com esse objetivo que está no Marco Civil — quer dizer, o Marco Civil deixa claro qual é esse objetivo.

Por fim, eu pergunto ao Orlando e à Sandra: algumas empresas cumprem rigorosamente as leis no Reino Unido, na França, em relação à publicidade infantil, têm todo um cuidado na publicidade que se dirige a essas crianças. Mas essas mesmas empresas, quando chegam aqui no Brasil, não cumprem ou não agem da mesma maneira. Eu lhes pergunto: vocês não consideram moralmente questionável essa postura? Quer dizer, você se preocupar com a subjetividade de crianças em outras partes do mundo, saber que propaganda... Algumas certas propagandas ou o conjunto delas podem ser nocivas à formação, e aqui nos países em desenvolvimento ou chamados países de terceiro mundo não ter, essas empresas não terem essa mesma preocupação?

Então, são essas as três perguntas que eu tenho para fazer.

A SRA. PRESIDENTA (Mariana Carvalho) - Com a palavra a Deputada Alice Portugal.

A SRA. DEPUTADA ALICE PORTUGAL - Primeiro, bom dia a todos.



Não pude pegar a completa fala do Deputado Sandro Alex porque estava aqui na sala ao lado discutindo a revogação ou não do Estatuto do Desarmamento. Nós precisamos analisar esse debate pelo viés educativo.

Primeiro, eu queria parabenizar todos os convidados e a convidada, queria falar sobre a lhaneza, a disponibilidade do Ministro Edinho Silva. A sua abertura, a sua ação moderna, do ponto de vista político, além de nos orgulhar, acho que constrói aqui todo um diferencial acerca do *modus* de atuação de se incorporar novidades, de se incorporar opiniões positivas, como aqui foi feito pelo Ministro. Quero então parabenizá-lo por essa atitude. E quero parabenizar também o Deputado Sandro Alex pelo estudo, pela garimpagem — uma verdadeira garimpagem — que foi feita de algo que pode nos ajudar.

E aí, Deputada Mariana, esta CPI... Desde o primeiro dia, eu cobrava um pouco dessa definição da natureza da nossa própria identidade. Acho que algumas coisas estão começando a serem colhidas, alguns avanços... Então, aqui, e já em audiências passadas, houve a discussão sobre a criptografia do WhatsApp e a própria sede do WhatsApp no Brasil. O próprio Deputado Sandro também tratou de impostos em relação a esses impulsionamentos. Nas vendas e compras na Internet o Brasil perde, do ponto de vista fiscal, com isso.

Também avançamos hoje, na minha opinião, em relação a essa discussão da viralização de empresas e anúncios que são oportunizados — a verdade é essa, são oportunizados. Há uma ação, digamos, simbiótica, de busca de cavalgar na popularidade de anúncios do Governo ou de empresas privadas.

Portanto, eu acho que é importante, Presidenta, que nós pudéssemos fazer aquela reunião, que V.Exa. já havia anunciado, dos líderes dos partidos na CPI. É importante a gente definir essa construção, porque me parece que a CPI vai, a cada dia, construindo um conteúdo suprapartidário, um conteúdo que nada tem a ver com os objetos políticos, ideológicos que estão no ar nesse momento político do Brasil. Então, eu queria pedir que V.Exa. realizasse aquela reunião, que pudesse até agendá-la para hoje, que é um compromisso nosso. Eu, particularmente, estou sendo cobrada no meu partido.

Queria, por último, dizer o seguinte: achei muito interessante a maneira sincera da Dra. Sandra, Presidente da Associação, que disse: “*olha, eu não tinha*



conhecimento". E, ao mesmo tempo, a posição do Dr. Orlando, que é Presidente da Associação das Agências, ao defender. A sua autorregulamentação é uma bandeira de vocês, O CONAR é uma bandeira de vocês. Mas eu gostaria muito que vocês abordassem: como vocês, agências — e agências e anunciantes — estão tratando da adequação ao marco civil da Internet? Como vocês estão se adequando a esse marco civil? Há alguma atitude estrutural — comissões —, uma decisão focada nessa adequação? Porque me parece que tudo isso que aqui o Deputado Sandro garimpou tem a ver com esse processo de adequação ao marco.

Eu queria abordar, inclusive, sob a ótica da última frase dele na apresentação, que é: *"Olha, aqui nós estamos tratando das restrições à neutralidade"*. Eu, que aplaudo a garimpagem e o estudo, creio e defendo que nós não devemos restringir a neutralidade da rede. Nós temos é que fazer cumprir um marco moderno, um marco atual, que ainda não foi implantado na sua integralidade. O que eu percebo é isso. Nós não implantamos o marco civil da Internet na integralidade, nas suas diversas faces. É óbvio que há um universo a se percorrer, há universo de novidades.

Então, essa questão, por exemplo, se nós formos punibilizar o Governo porque o seu anúncio saiu no *site* "x" ou que, por cliques e por decisão da mídia técnica, o recurso foi para alguém que você nunca ouviu falar, se formos punibilizar o Governo em relação a isso, vamos então punibilizar a Volkswagen porque um Gol foi usado num assalto a Banco? Essa é uma questão.

Então, parece-me que a nossa CPI terá que trilhar, Ministro, primeiro, em novidades legislativas, até mais do que seguir os passos da Polícia, que já está fazendo um bom trabalho — e nós temos ajudado, não é? Mas eu acho que nós vamos ter que trabalhar em novidades legislativas.

E vamos ter que trabalhar também, na minha compreensão, em um objeto educacional, para que as pessoas se protejam na rede, para que o marco civil, em vez de nós tratarmos das restrições à neutralidade, nós apoiemos aquelas conclusões que com tanta luta e estudo foram tomadas no seu processo de conclusão, como por exemplo aquela em relação a direitos autorais. O estudo do Deputado Sandro Alex pega muito essa questão de música, de baixar música, de baixar vídeo, de baixar filme — ele me deu aqui o estudo, e eu passei os olhos,



rapidamente —, e a questão dos *sites* piratas; e as pessoas perdendo, os autores perdendo.

Nós temos aqui na Câmara, Deputada Mariana Carvalho, já pronto para votar o projeto sobre a nova Lei do Direito Autoral. Trouxemos aqui uma legião de artistas, autores, literatos, autoria científica também, foi um grande debate nesses últimos dois anos, e ele está parado, não se vota. O Ministério da Cultura fez mais: fez uma consulta pública, uma consulta pública sobre direito autoral.

A Câmara precisa, paralelamente, talvez até provocado por nós, com esse estudo do Deputado Sandro Alex — e poderia sair de maneira coletiva, pela Presidência da Comissão —, dar um estímulo a que se ponha em votação a modernização do direito autoral, porque aborda o controle digital. Então, é uma boa lei negociada, tratada. É o mesmo espectro daquele debate superintenso que tivemos na Comissão de Educação sobre a meia-entrada, que dias depois acabou sendo regulamentada, felizmente.

Então, eu acredito que esta também seria a ação transversal da nossa CPI em relação a coisas que poderiam barrar absurdos como esse que o Deputado Sandro Alex diagnosticou: votação da lei do direito autoral e aplauso à ação do Ministério da Cultura na consulta pública que foi realizada sobre esse objeto e que é, exatamente, o centro da denúncia do Deputado Sandro Alex — muito interessante —, que pode nos ajudar em medidas concretas; mas dentro do marco civil, e não fora dele.

Portanto, eu acho que temos que seguir nessa batalha por não restringir a neutralidade, mas aperfeiçoar o Marco Civil da Internet, que é uma lei especialmente trabalhada, democrática, avançada e muito bem discutida em todo os segmentos da sociedade brasileira.

Quanto aos objetos políticos e ideológicos, eu acho que o Deputado Jean Wyllys tratou com uma grandeza que lhe é peculiar, independentemente da sua posição político-ideológica. Não se pode ter um olhar seletivo em relação ao que está acontecendo, há que tratar o todo, quer seja sobre a pedofilia, quer seja sobre crimes como o que o ator Stênio Garcia sofreu esses dias. Quer dizer que a toda hora vamos fazer nova lei: a Lei Stênio, a Lei Carolina, a lei...



É um absurdo aquilo que aconteceu! As pessoas não têm direito de invadir a privacidade. Numa mudança de *chip* ou invasão por *hacker*, ficam com seu arquivo. Isso é crime! Isso é crime! Então, nós temos de tratar disso e, evidentemente, de apertar as nossas regras.

E a questão de querer vincular esse nosso debate tão profundo e tão necessário com os crimes que já estão sendo tratados em relação a recursos públicos ou formas irregulares de campanha, não tem nada a ver uma coisa com a outra. Acho que temos aproveitar a presença dos convidados para exatamente aperfeiçoarmos a legislação, trabalharmos a legislação dentro das regras democráticas, para que possamos avançar.

Então, parabéns, Ministro Edinho.

Ficam essas recomendações, tanto em relação à reunião com os Líderes, como em relação a avançarmos com alguns regramentos que podem ajudar, inclusive no combate aos crimes, como a Lei do Direito Autoral.

Obrigada!

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Deputada, eu a agradeço. Venho aqui informar a V.Exa. que tenho trabalhado com toda naturalidade nesta Presidência, independente de partidos políticos.

O meu diálogo aqui com o Vice-Presidente desta Comissão, o Deputado Leo de Brito, sempre foi muito franco, junto com o Deputado Odorico, que está mais presente aqui nas reuniões. A gente tem feito com toda seriedade esse trabalho, principalmente com a profundidade de abranger esse tema.

Quando cheguei aqui a esta Presidência, percebi que apenas o tema desses crimes financeiros e bancários ainda era mínimo para o que abrange a Internet. O Deputado Rafael Motta está aqui, e tivemos agora mesmo, na segunda-feira, uma audiência que debateu a pedofilia nas redes. Isso nós temos feito em conjunto principalmente com a Polícia Federal, mas claro que nem tudo pode ser divulgado aqui nesta CPI. Muitas coisas que têm ocorrido estão em sigilo, temos recebido depoimentos... Ontem mesmo, à noite, recebemos uma denúncia que foi feita a esta CPI. Isso a gente tem feito com esse trabalho e com essa seriedade. Agora, claro, podemos, sim, marcar uma reunião junto com a Mesa, com o Deputado Leo de Brito



e com os outros componentes, sem problema algum, até porque esta CPI é feita com toda transparência, principalmente pelos membros desta CPI.

A SRA. DEPUTADA ALICE PORTUGAL - Deputada Mariana Carvalho, pela ordem, eu não me referi à sua condução. Quando eu peço a reunião dos Líderes é porque, na minha opinião, nós temos que constituir uma vetorização para o trabalho da Comissão.

E, em relação à discussão sobre neutralidade, eu estava falando sobre a neutralidade da rede e sobre as falas de Deputados que me antecederam, em relação à confusão sobre os processos políticos em curso e à discussão do objeto desta CPI, ao nexos causal das questões que são trazidas. Eu não me referi a V.Exa. em momento algum.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Eu entendi, mas como V.Exa. colocou que precisaria de um rumo, eu só gostaria de esclarecer que esses rumos...

A SRA. DEPUTADA ALICE PORTUGAL - Não! Não rumos...

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - ...até mesmo com as sub-relatorias...

A SRA. DEPUTADA ALICE PORTUGAL - Mas é óbvio! V.Exa. pode...

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - A gente já está fazendo esse trabalho, principalmente junto com os sub-Relatores.

A SRA. DEPUTADA ALICE PORTUGAL - V.Exa. há de concordar que nós temos aqui um mundo virtual a nossa disposição. E a definição de foco da Comissão é fundamental para todos nós, até para a gente não atirar para todos os lados, e a conclusão ficar, digamos assim, subutilizando todo o esforço que está sendo feito.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Sem dúvida! E por isso pensamos em fazer as quatro sub-relatorias, para poder atender a esses temas tão abrangentes da Internet. E, se a gente parar para pensar, até os quatro ainda são mínimos, pois são tantos os assuntos que a gente tem para debater na Internet... Agora mesmo o Deputado Silas Freire colocou a questão do jornalismo. Se a gente for pensar, daqui a pouco esta CPI não terá tempo suficiente, porque a Internet é tão avançada, que, quando a gente está pensando em legislações, a gente já ficou para



trás, porque a gente sabe que os avanços da tecnologia andam cada vez mais rápido do que o que a gente pensa.

A SRA. DEPUTADA ALICE PORTUGAL - Com certeza!

O SR. DEPUTADO JEAN WYLLYS - E justiça seja feita, Deputada Alice Portugal. A Deputada Mariana tem conduzido muito bem os trabalhos e tem se esforçado para evitar que haja partidarização desta CPI; mas há, por outro lado, esforços deliberados no corpo da CPI de partidarizar, de trazer aqui discussões políticas mais amplas, da disputa política.

A gente quer tratar aqui de crimes cibernéticos, mas quando você força a barra para transformar esse tema em uma disputa partidária, e notadamente em uma polarização entre PT e PSDB, se torna insuportável a CPI.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Sem dúvida!

O SR. DEPUTADO JEAN WYLLYS - Então, a gente tem que denunciar isso e evitar que isso aconteça.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Não só a CPI, como qualquer outro andamento de trabalhos desta Casa.

Eu concedo a palavra ao Deputado Leo de Brito, o nosso primeiro Vice-Presidente desta Comissão Parlamentar.

O SR. DEPUTADO LEO DE BRITO - Sra. Presidenta Mariana, eu quero também saudar aqui os nossos convidados — a Sandra Martinelli e o Orlando — e fazer uma saudação especial ao Ministro Edinho, que, como foi atestado aqui inclusive por membros da própria Oposição, tem sido sempre solícito a esta Casa, denotando um respeito muito grande por esta Casa do povo, esta Casa de leis, que debate temas tão importantes. E, aí, nesse caso, a comunicação, a publicidade são temas relevantes nesse momento. Quero fazer essa saudação especial, Ministro, parabenizando-o pela exposição e também pela contribuição que está dando a esta CPI — Crimes Cibernéticos. Aqui vai o meu voto de confiança, a confiança também do nosso Partido dos Trabalhadores a uma conduta irretocável de vida pública que V.Exa. tem tido, ao longo da sua trajetória, de maneira ilibada e com muita correição, inclusive quando a gente fala desse assunto, que é um assunto complexo.

Falar de publicidade na Internet, inclusive relacionada a órgãos públicos, é algo novo para Governos, de um modo geral — Governos Estaduais, Prefeituras e



também Governo Federal. Há uma complexidade, inclusive, de estabelecimento de critérios, exatamente porque nós estamos falando de dinheiro público que é investido em publicidade. Inclusive, um dos princípios da Administração Pública é a publicidade dos atos governamentais, a necessidade de que a população fique sabendo... E há muitas campanhas que são muito importantes para o acesso à informação, o direito à informação da população. Então, eu quero fazer este registro.

O outro registro também é sobre a condução da Presidenta Mariana. Eu não pude estar presente lá na audiência pública. Eu acho que a gente avançou muito em temas de grande relevância, que talvez sejam os temas mais candentes, digamos assim, na sociedade, principalmente relacionados à criança e ao adolescente.

Eu não pude estar presente porque tive um problema de saúde na minha família, com a minha filha de 2 anos, mas fiquei sabendo, através do Deputado Rafael Motta, da importância que foi aquela audiência pública, aquele seminário que foi feito lá. E, de fato, tenho tido, como Vice-Presidente, essa abertura para tratar...

Eu tenho colocado também essa mesma preocupação que foi colocada aqui pela Deputada Alice e por outros, de a gente não transformar a CPI em um palanque de disputas político-partidárias, inclusive saindo dos temas relacionados à CPI, porque a gente pode fazer com que o trabalho... E, aí, eu quero parabenizar também o Deputado Sandro, que fez um trabalho aqui de grande rigor, até do ponto de vista científico. Nós temos, inclusive, a necessidade de dialogar com aquilo que a Deputada Alice Portugal falou, sobre a nova lei de direitos autorais. E, aí, a importância de a gente entrelaçar e dar um caráter dialógico a este debate.

Deputada Mariana, eu acho que é uma preocupação pertinente de todos nós. V.Exa. tem ouvido, e, agora, obviamente, tem um incendiário ou outro que aparece e quer levar a CPI para esse rumo.

Então, eu acredito que nós temos aqui um posicionamento cada vez mais consolidado de que a CPI não deve tomar esse caminho, porque, na verdade, eu acho que vai descredibilizar a CPI, que tem feito um trabalho tão importante, levantando temas tão importantes, e V.Exa. tem tido essa sensibilidade e essa consciência.

Eu passo às minhas perguntas — são poucas as perguntas — para a representação das agências de publicidade, em relação às tendências. Como está



essa questão da tendência da publicidade na Internet em relação aos outros meios? Esse é um ponto que eu acho importante, uma vez que nós temos um avanço na Internet.

Sobre questões de segurança, vocês têm algum tipo de indicativo, por exemplo, em relação a ataques a anúncios publicitários — ataques de *hackers*, *crackers* —, em relação a anúncios publicitários na Internet? Vocês têm alguma medida de segurança, alguma preocupação nesse sentido?

Em relação à questão da resolução do CONANDA, eu acho que foi devidamente registrada aqui a posição que V.Sas. têm, mas eu queria saber se existe um diálogo. Eu acho que tem uma posição do CONANDA, tem a posição de V.Sas... Existe alguma abertura de diálogo em relação à questão da publicidade infantil?

E, para o nosso Ministro, são duas perguntas apenas. A primeira é relacionada também a essa tendência da publicidade governamental na Internet. Como está isso? Como têm sido os estudos? Como tem sido o diálogo, inclusive com outras entidades governamentais, relacionado a essa questão da publicidade, da tendência, da necessidade que os Governos têm de cada vez mais se utilizarem da publicidade na Internet? É muito parecida com a pergunta que foi feita às representações das agências.

E a outra diz respeito à segurança na Internet. A SECOM tem tido uma atuação institucional, como foi exposto aqui, nas redes sociais, na Internet como um todo; tem sites, enfim, tem as próprias redes sociais relacionadas a perfis específicos do Governo. Como a SECOM tem agido em relação à segurança, diante da possibilidade ou até mesmo dos ataques que são feitos à comunicação dos órgãos governamentais?

Muito obrigado, Sra. Presidenta.

A SRA. PRESIDENTA (Deputado Mariana Carvalho) - Obrigada, Deputado Leo de Brito.

Concedo a palavra à Deputada Margarida e, logo em seguida, ao Deputado Rafael Motta.

A SRA. DEPUTADA MARGARIDA SALOMÃO - Presidente Mariana Carvalho, a quem aproveito para cumprimentar pela condução que vem imprimindo



a esta Comissão. Eu acho que, pela qualidade das intervenções dos seus membros, ela vai garantir, de fato, a sua finalidade, que é nós sairmos daqui com referências institucionais legais para coordenar, orientar esse universo desconhecido, por conta da continuidade do embarque tecnológico, que é a Internet no mundo, não só no Brasil.

Quero cumprimentar o nosso Ministro Edinho Silva, que mais uma vez está aqui se dispondo, com a sua característica afabilidade, à abertura a um debate, que eu sei que interessa a toda sociedade brasileira; e cumprimentar a Dra. Sandra Martinelli e o Dr. Orlando Marques, que vêm aqui representar as agências de publicidade e os anunciantes.

Em primeiro lugar, eu queria destacar isso. Quer dizer, nós estamos nesta Comissão a cada dia testemunhando situações inusitadas, informações novas. Cumprimento o Deputado Sandro Alex pela sua pesquisa, que traz para nós a evidência da grandeza do trabalho que temos diante de nós.

Como disse a Presidenta, se nós fôssemos, de fato, buscar esgotar isso aqui, nós deveríamos ir prolongando esta Comissão além dos seus prazos já previstos. Então, isso também, pela novidade, demonstra, explica, pelo menos, que nós não tenhamos — a não ser muito recentemente, com o marco civil da Internet — instrumentos legais que evitem essa quantidade de irregularidades, algumas das quais, inclusive, de caráter criminoso, que as disposições aqui, ou a pesquisa de membros ativos, como o Sr. Deputado Sandro Alex, testemunham.

Então, de fato, nós nem podemos atribuir a uma inação do Governo Federal essa incidência criminoso, porque todos nós, na verdade, estamos aqui até surpreendidos, pelo o que ouvi os expositores dizendo, diante desses fatos.

Então, nós precisamos, de fato... É claro que é necessário que nós contribuamos com elementos legais para que essa situação possa ser enfrentada de uma forma satisfatória, muito além da contaminação política, que, neste momento, por força do acirramento dos confrontos que nós estamos vivendo, acabam comprometendo os nossos compromissos públicos de buscar aqui ferramentas que interessam ao Estado brasileiro, que interessam à sociedade brasileira, muito além da nossa eventual divergência de posições.



Eu acho que uma coisa importante que o Ministro ressaltou é o seu respeito à mídia técnica. Eu acho que é um critério infinitamente superior a todos os outros que vêm, inclusive, sendo usados no Brasil pelos Governos regionais, pelos Governos Estaduais e Municipais, que, muitas vezes, se alinham ou induzem...

Eu sou do Estado de Minas Gerais, onde a mídia foi, por anos e anos, amordaçada, por conta exatamente do direcionamento das publicidades oficiais. Então, com isso, hoje nós estamos tendo a surpresa da revelação de uma quantidade de fatos que nunca chegaram ao conhecimento público, exatamente por causa desse alinhamento político na mídia.

O Ministro Edinho Silva pode testemunhar, inclusive entre nós — eu digo no partido —, o quanto a mídia técnica é alvo de críticas. E a SECOM tem sido alvo de críticas. Por quê? Por força dos critérios técnicos, acabam sendo financiados os órgãos mais ferozes, com relação às denúncias que afetam o Governo Federal, o partido que lidera o Governo Federal. Eu acho que isso, na verdade, é um avanço republicano, independentemente da qualidade das denúncias que são feitas.

Eu acho que isso tem, de fato — o senhor disse aí que está disposto a trabalhar no aperfeiçoamento — que ser trabalhado. Quem trabalha com mensuração sabe que está sempre em um processo dinâmico de aproximação.

Eu acho que — o Deputado Odorico trouxe essa questão — que a mídia regional tem que vir a ser contemplada, porque este País é um país de muitas vozes, e nós só estamos ouvindo algumas. Então, isso leva, a meu ver, inclusive à distorção. A enunciação de um pensamento único dificulta muito a que a cidadania brasileira possa ser exercida na sua plenitude.

Eu quero saudar a sua disposição de constituir, talvez, ou participar de um grupo de trabalho — não sei bem como a nossa Presidenta vai conduzir isso —, mas seria importante que pudéssemos trabalhar juntos no sentido de termos um apuramento no que diz respeito à mídia técnica.

Ainda dentro desse mesmo espírito da contribuição progressiva, porque não vamos chegar evidentemente a nenhum ponto ótimo por uma ação miraculosa ou pela nossa vontade, eu penso que a tipificação da publicidade abusiva — e eu sei que isso não é intenção dos anunciantes nem das agências de publicidade — tem que ser alvo de algum tipo de enfrentamento legal.



Nós ouvimos o Dr. Orlando dizer que a Resolução 163 do CONANDA não tem força de lei. Então, indago: de que maneira nós podemos esperar institucionalmente um tipo de filtragem, ou de defesa, ou de segurança que permita efetivamente que as nossas crianças, os nossos adolescentes venham a ser menos expostos do que hoje são ao tipo de intervenção criminosa de que lamentavelmente tomamos conhecimento na rede?

Muito obrigada, Presidenta.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Obrigada, Deputada Margarida.

Concedo a palavra ao Deputado Rafael Motta.

O SR. DEPUTADO RAFAEL MOTTA - Primeiro, queria saudar a Mesa e o Ministro Edinho Silva, que tem feito sucessivas tentativas de dar transparência a sua gestão no Ministério, de estar sempre em contato com a sociedade, e reconhecemos esse trabalho. Saúdo também a Sra. Presidenta, Deputada Mariana Carvalho, que também tem feito um trabalho muito transparente — nós da CPI estivemos em Natal, a fim de colher algumas informações.

Apresento-me à Mesa: sou o sub-Relator que trata dos crimes contra crianças e adolescentes cometidos na Internet, e não poderia me furtar de debater esse tema.

Parabenizo o Deputado Sandro Alex, que, de forma autônoma e investigativa, fez com que determinadas situações fossem levadas à sociedade para discussão, e o próprio Ministro Edinho também que, reconhecendo algumas falhas que às vezes fogem a sua alçada, demonstrou que vai corrigir esses erros o mais breve possível.

Cumprimento também a Sra. Sandra e me somo às palavras da Deputada Margarida: o que me causou estranheza nesta audiência foi talvez a forma com que o Sr. Orlando, com todo o respeito a S.Sa., tratou a Resolução do CONANDA. Sabemos que vivemos numa sociedade capitalista, consumista, mas eu acho que a forma de descrédito com que V.Sa. tratou o Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente desperta em mim certa estranheza e também surpresa.

Recomendação, segue quem quer, Deputado Sandro Alex, e realmente a lei deve ser cumprida. Mas nem por isso devemos descartar única e exclusivamente o que é debatido e o que é deliberado naquele Conselho, de pessoas que têm



condições de debater e de criar esse tipo de recomendação para nossas crianças e adolescentes, Deputada Alice. O que não se pode é realmente descartar, única e exclusivamente fechar os olhos para uma recomendação, porque eu acho que a ABAP entende de publicidade e o CONANDA entende dos direitos da criança e do adolescente.

Se for necessário criar esse diálogo e, *a posteriori*, uma lei que possa ser cumprida pelas agências de publicidade do nosso País, vamos batalhar por isso, assim como V.Sa. já despertou interesse contrário a esse tipo de proposição.

O debate aqui é feito de forma respeitosa. Eu entendo o seu posicionamento, mas também nós Parlamentares não podemos nos furtar de proteger nossas crianças e nossos adolescentes da abusividade, de uma cultura consumista. O que é saudável para nossos adolescentes e nossas crianças será saudável para o futuro do nosso País.

Com todo o respeito, registro o meu contraponto ao que disse V.Sa.

Obrigado, Deputada Mariana.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Obrigado, Deputado Rafael Motta.

Justifico aqui a ausência de outros Srs. Deputados: estamos em processo de votação nominal no plenário.

Eu gostaria até de aproveitar aqui a fala dos Deputados e fazer uma consideração ao Ministro Edinho. A gente estava marcada para quinta-feira passada, e o Ministro se colocou à disposição, só colocando que, tendo em vista, sua agenda da outra quinta-feira, haveria dificuldade. E hoje está aqui solícito. Cancelou até compromissos para poder responder. Isso mostra realmente a seriedade que V.Exa. teve com a nossa Comissão Parlamentar de Inquérito e o respeito que tem ao atender ao requerimento de convite do Deputado Sandro Alex. Fica então aqui meu registro e o de toda esta Comissão em agradecimento por sua colaboração e contribuição para o andamento desta Comissão.

Para fechar este último bloco de perguntas, concedo a palavra ao Ministro Edinho Silva.



O SR. MINISTRO EDINHO SILVA - Muito obrigado, Presidente Mariana. Eu é que agradeço mais uma vez a oportunidade que a Comissão me concede de estar aqui falando de temas importantes para a sociedade brasileira.

As questões levantadas pelo Deputado Jean Wyllys eu nem trataria como perguntas e, sim, como sugestões. Eu penso que são sugestões importantes, e eu as incorporarei a um rol de sugestões que eu penso que esta Comissão, já nesta audiência, está fazendo ao Governo para que ele aprimore os seus trabalhos.

O Governo tem feito campanhas de conscientização, tanto o Ministério da Justiça, como a Secretaria de Direitos Humanos. Nós lançamos um programa chamado Humaniza Redes, um *site* que tem por objetivo não só conscientizar sobre a utilização das redes sociais como também ser um espaço de denúncias.

Quem acompanhou viu que, infelizmente, esse *site* foi duramente agredido. Ele foi agredido por comunicadores importantes, inclusive das redes sociais, que fizeram graves ataques ao Humaniza Redes. E ele foi tirado do ar por uma série de ataques que nós sofremos. Portanto, é um *site* que tem por objetivo conscientizar a respeito da utilização das redes sociais. Ele é um *site* que se torna um instrumento de cidadania, de denúncias de desrespeito aos direitos humanos nas redes sociais e ele acaba sendo objeto de ataques.

É claro que nós estamos vivendo um ambiente de intransigência, de intolerância na sociedade — não vou aqui entrar nessa polêmica, até porque não é o objeto desta Comissão —, e, portanto, as redes sociais acabam repercutindo isso.

E me preocupa muito, Deputado Leo, que neste momento preside esta Comissão, que a Internet não se torne um espaço de desconstrução. Eu penso que é um desafio que está colocado para a sociedade neste momento: a Internet, como instrumento de comunicação, de interação. Toda comunicação feita pela Internet pressupõe a interação. Portanto, existe um processo de interlocução que é feito; que ele não seja um processo de desconstrução.

Ou seja, nós temos assistido pela Internet muito mais um espaço de agressão, de violência do que efetivamente um espaço de construção da cidadania. Eu acho que esse é um desafio colocado para a sociedade neste início do século XXI. Se a Internet democratizou o processo de comunicação — e isso é inegável, ela diversifica e democratiza —, ela também coloca desafios importantes, entre eles



o tanto de violência que se expressa por meio da Internet. Ou seja, não tem tolerância com a diversidade de pensamento, com a diversidade cultural, com a diversidade de opções cidadãs. Ou seja, sobre tudo aquilo em que há discordância, efetivamente não há diálogo, o que há são manifestações de agressão.

Eu estava dizendo, Deputado Jean Wyllys — V.Exa. precisou se retirar por conta da sessão —, que eu trato as suas questões não como indagações, mas como sugestões, e certamente elas serão acatadas.

O SR. DEPUTADO JEAN WYLLYS - Se V.Exa. me permitir, eu posso encaminhar formalmente...

O SR. MINISTRO EDINHO SILVA - Eu agradeço.

O SR. DEPUTADO JEAN WYLLYS - ... as sugestões e as indicações à Secretaria.

O SR. MINISTRO EDINHO SILVA - Eu agradeço muito.

O SR. DEPUTADO JEAN WYLLYS - Está bom.

O SR. MINISTRO EDINHO SILVA - Quero agradecer também as palavras da Deputada Alice Portugal. Eu não tenho nenhuma dúvida de que esta Comissão tem desafios imensos. Quem sou eu aqui para elencar desafios para uma Comissão? Só este diálogo que nós estamos travando aqui mostra certamente a diversidade de problemas a serem tratados, enfrentados e certamente encaminhados, para que a gente possa aprimorar a nossa legislação. Mas eu não tenho nenhuma dúvida de que essa questão — e eu ressalto isto — da intolerância que nós estamos vivenciando certamente é um tema premente. Repito o que eu estava dizendo — eu quero utilizar aqui o diálogo da Deputada Alice Portugal: se nós estamos diante de um instrumento de democratização da comunicação, como é a Internet, nós estamos também diante de um desafio imenso, em que o anonimato provocado e estimulado nas redes sociais é utilizado, muitas vezes, como espaço de desconstrução.

Eu penso que, por mais que se tenha liberdade — acho que a liberdade é um conceito que tem que ser valorizado, e, nesse sentido, o Marco Civil foi fundamental —, efetivamente nós temos que aprimorar a legislação, para que ela coíba e puna aqueles que se utilizam do anonimato das redes para a desconstrução de pessoas, de valores, de avanços que nós construímos ao longo da nossa história.



A questão que o Deputado Leo... Enfim, a tendência... Ou seja, tudo o que foi dito aqui já demonstra que a Internet vai crescer cada vez mais como instrumento de comunicação. Portanto, a tendência é que... Eu não sei se ela vai substituir outros veículos, eu tenho muita dúvida disso, acho que alguns, sim. Não sei se alguns veículos tradicionais vão desaparecer, mas haverá uma substituição de peso, de valor e de importância.

O SR. DEPUTADO JEAN WYLLYS - Eles serão ressignificados.

O SR. MINISTRO EDINHO SILVA - Exatamente.

Eu não sei se a sociedade vai, lá na frente, talvez, recolocar a Internet no seu devido lugar, como instrumento de comunicação. Claro que hoje a tendência é um crescimento quase vegetativo, mas eu não tenho dúvida de que haverá, em algum momento, um equilíbrio, uma valoração e a utilização correta desse instrumento, enfim — mas que é crescente, é crescente.

Em relação à questão da segurança, o Governo tem os seus instrumentos. O SERPRO tem utilizado instrumentos de segurança, mas, é claro, eles não impedem que os ataques ocorram. Nós sofremos constantemente ataques de *hackers* nas redes sociais do Governo Federal — constantemente! Por mais que a gente aprimore, é evidente que, quando os ataques são mais profissionalizados, é claro que as redes do Palácio não suportam, como nenhum outro portal consegue suportar quando você tem algo organizado.

Essa também é outra questão para a qual espero que a democratização da Internet consiga encontrar o ponto de equilíbrio, porque também a organização... E aí, enfim, também não vou entrar numa polêmica... É claro que existe um submundo extremamente organizado e que avança na sua organização. É claro que o Deputado Sandro Alex fez uma exposição aqui de algo relevante, mas certamente a profundidade desse submundo nós não temos dimensão de até onde chega, e, em relação à capacidade muitas vezes de organização e de interlocução, nós não temos instrumentais hoje para que se possa medir, aferir e identificar.

Então, a sociedade terá que avançar na sua normatização, na sua regulamentação, para que efetivamente a Internet seja algo positivo, seja algo de democratização da capacidade de diálogo, de formação e informação, e que não seja um instrumento apenas de desconstrução.



O que me preocupa? A conjuntura se altera. A conjuntura política se altera. Há 10 anos era uma, hoje é outra; daqui a 5 anos será outra; daqui a 10 anos será outra totalmente diferente. O que nós temos que pensar é que as regras e as leis são aquilo que efetivamente fortalece as instituições. E as instituições têm que estar acima das disputas conjunturais. Eu, que sou do interior de São Paulo, sempre ouço: “*O vento que sopra para lá, depois sopra para cá também*”. Então, a normatização não pode ser utilizada de forma oportunista. Ela tem que ser pensada para o fortalecimento das instituições.

E por fim, o que eu penso aqui — e encerro a minha fala... O que o Deputado Sandro Alex mostrou hoje é de extrema gravidade. O que... No meu entender... Eu faço aqui uma sugestão... Eu saio daqui, tratando este tema... O Governo Federal é vítima de um processo; como certamente as grandes marcas brasileiras, que se construíram por décadas, trabalharam para construir as suas imagens, também são vítimas. Nenhuma marca permitiria ser colada em algo criminoso, como o Governo também não teria nenhum interesse em ter a sua marca colada em algo criminoso.

Então, eu penso que nós saímos daqui com a marca do Governo Federal e com marcas importantes, de empresas importantes, que geram riquezas, geram empregos, contribuem para a construção da economia brasileira, também como vítimas de um processo.

Nós temos que mudar a legislação, aprimorar a legislação, para que isso não ocorra mais. É claro que cabe ao Governo — e eu saio daqui, como Ministro, com um imenso desafio — aprimorar todos os nossos instrumentos de fiscalização. Nós vamos dar conta? É evidente que não.

Como eu estava dizendo há pouco, na hora em que nós criarmos instrumentos de fiscalização, certamente outros instrumentos para burlar a nossa fiscalização vão passar a existir, porque é assim que nós temos visto. Foi isto que eu falei agora há pouco: a Internet avança numa velocidade tão grande que os instrumentais avançam muito além daquilo sobre o qual a gente tem capacidade de raciocinar ou de planejar.

Então, nós temos... Saio daqui com um imenso desafio. Penso que... Nós vamos trabalhar para detectar a origem da utilização da marca do Governo Federal em *sites* criminosos. Temos condições inclusive de acionar um processo de



investigação e um processo judicial de penalização. Temos todas as condições para fazer isso. Agora, para que a gente...

Eu nem me preocupo com o Governo, porque Governo é Governo, e ele, evidentemente, tem que cumprir a sua função institucional. Agora, para que a gente não penalize empresas importantes, instituições importantes... que nós não possamos penalizá-las porque eu penso que elas são tão vítimas desse processo como aqueles que certamente estão denunciando e estão sendo burlados por *sites* criminosos.

E, por fim, eu quero agradecer muito a oportunidade, Deputada Mariana Carvalho. Mais uma vez me coloco à disposição e mais uma vez parableno pelo trabalho desta Comissão, em especial o Deputado Sandro Alex pelo estudo que foi apresentado. Coloco a Secretaria de Comunicação Social do Governo Federal totalmente à disposição desta Comissão, para que a gente sair daqui com um resultado positivo, apontando uma nova normatização para a utilização da Internet no Brasil.

Muito obrigado.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Obrigada, Ministro Edinho.

Aproveitando que V.Exa. coloca essa disposição, até mesmo com os investimentos de fiscalização, eu, como Presidente desta CPI, coloco que essas denúncias feitas pelo Deputado Sandro Alex vão ter plena continuidade aqui, e vamos apurar os fatos. Tenho certeza de que esse contato com V.Exa. será de extrema importância para chegar a um resultado final.

Eu gostaria de conceder a palavra ao Dr. Orlando para responder também às perguntas e fazer as suas considerações finais.

O SR. ORLANDO MARQUES - Muito obrigado, Deputada. Eu vou por partes e pela ordem das intervenções.

Primeiro, respondo ao Deputado Jean Wyllys com relação à sua colocação: *“Por que as empresas cumprem as normas no Reino Unido e aqui elas agem de forma diferente?”*

Eu tenho clientes, Deputado, que fazem questão de fazer aqui como fazem lá fora, mas eles se baseiam muito no espírito da lei. Não há muito jeito de ser



diferente porque, nesse mercado competitivo, um anunciante pode falar: *“Por que eu vou cumprir a lei se o meu vizinho... Por que eu vou cumprir o que a minha empresa faz na Inglaterra, por exemplo, se meu vizinho aqui do lado, meu concorrente na gôndola do supermercado, não o faz?”*

O SR. DEPUTADO JEAN WYLLYS - Ou seja, restringem-se à legalidade e não à moralidade.

O SR. ORLANDO MARQUES - Infelizmente é isso mesmo. A gente tem que... E aí volto para o que colocava o Deputado Rafael Motta, que tem um pouco a ver, quando ele fala que eu mostrei um certo descrédito pelo CONANDA. Por favor, Deputado, fiz-me entender mal. A culpa é minha, porque eu digo sempre que, em comunicação, a culpa é de quem emite a comunicação e não de quem entende.

O nosso comunicado às agências de propaganda à época começava dizendo: *“Por mais que respeitemos e achemos importante a função do CONANDA, nós temos que ter uma lei, porque nós não podemos ficar numa selva onde cada um faz o que quer.”* Como é que uma empresa ou uma agência ou um cliente respeita um parecer do CONANDA e outro tem que cumprir a lei? Volto ao que dizia: é um mercado competitivo. A gente tem que ser balizado pela lei. Essa foi uma orientação que nós demos para as agências, e as agências a levaram aos clientes. Eu acredito que a ABA tenha feito algo parecido numa época. Isso é que nos orienta. Nós não podemos fazer diferente, nós não podemos dizer a uma determinada agência: *“Não, você não está cumprindo o parecer do CONANDA”*. Ela vai falar: *“E daí?”* Agora, se eu falar *“Você não está cumprindo a lei”*, eu tenho um argumento sério.

Então, temos todo o respeito pelo CONANDA, gostaríamos muito de participar mais, de sermos convidados a participar no CONANDA, porque, quando fizeram esse parecer, inclusive, não ouviram as agências de publicidade, à época. Foi uma coisa decretada da noite para o dia. A gente tomou conhecimento pelos jornais, quer dizer, pelo que a imprensa fez. Gostaríamos de ter participado e de ter debatido. Levamos isso tão a sério no que se refere ao respeito, à propaganda, à comunicação para a criança e adolescente que temos um comitê permanente. Eu acabei de dizer para os senhores aqui para acessar o *site* da ABAP. Os senhores vão ver que nós levamos isso a sério há muito tempo. Queremos continuar debatendo. Não consideramos que somos donos da verdade no que se refere a



isso, mas temos um ponto de vista. Queremos, sim, a liberdade de expressão comercial, mas queremos cidadãos conscientes.

Então, nós não podemos ter cidadãos idiotas amanhã, porque não souberam conviver com a propaganda, mas achamos que a propaganda também tem que se dar limites. Por isso, nós atuamos também dentro do CONAR — Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária, que tem normas bastante restritivas à propaganda infantil. Talvez elas tenham que ser melhoradas; vamos, pois, atuar lá para que elas sejam melhoradas. É isso o que fazemos.

Eu acho que aí respondi também à colocação da Deputada Margarida Salomão, falando da publicidade abusiva e de como nós fazemos os filtros. Fazemos isso no CONAR — é onde nós atuamos.

O Deputado Leo de Brito perguntou sobre essa tendência. O Ministro respondeu bem, mas eu acho que posso complementar isso.

De fato, há, sim, uma tendência cada vez maior pela Internet, mas nós não sabemos o que será isso amanhã ou depois. Eu acho que aí o Ministro falou muito bem. Quer dizer, nós estamos num momento em que isso pode ser... Claro que essa ferramenta chamada Internet veio para ficar. Mas essa obsessão pelo novo, que a Internet traz, talvez seja uma moda que amanhã se restrinja, seja menor, não tenha essa mesma força, até porque, neste exato momento, esse mundo digital, no que se refere ao aspecto publicitário, está sofrendo uma grande ameaça mundialmente. Nasceu na Europa — e hoje está na Europa e nos Estados Unidos — uma coisa chamada AdBlocker, ferramentas de bloqueio de anúncio no ambiente digital. Ora, se haverá ferramentas de bloqueios de anúncio no ambiente digital, por que eu vou botar lá meu anúncio, se ele não vai ser lido, visto ou ouvido por alguém? Então, pode ser que esse ambiente seja modificado nos próximos dias, meses ou anos, porque da veracidade a gente nunca sabe.

Com relação à segurança, também colocada pelo Deputado Leo de Brito, segurança com relação aos ataques, a anúncios, a gente toma todos os cuidados, mas, de vez em quando, há, sim, presença de *hackers* em *sites* nossos, em *sites* dos nossos clientes, em mensagens publicitárias, e agimos do jeito que se age: agimos denunciando, levando isso ao conhecimento policial para que tome as providências.



Acho que cobri todas as questões que foram feitas. Continuo à disposição se houver mais.

A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Obrigada, Sr. Orlando.

Concedo a palavra à Sra. Sandra Martinelli.

A SRA. SANDRA MARTINELLI - Obrigada.

Buscando também responder ao comentário e às questões muito bem colocadas pelos Deputados Jean Wyllys, Rafael Motta e Margarida e também a uma questão do Deputado Leo de Brito, nós gostaríamos de reforçar que não estamos com os olhos fechados para o tema publicidade infantil. Temos fóruns regulares, com mais de 20 entidades diferentes. Inclusive, um deles acontece aqui em Brasília e os outros em São Paulo.

Nós temos na ABA um grupo de trabalho específico para a publicidade infantil, só sobre esse assunto, com mais de 15 empresas associadas que participam desse grupo para o debate.

Participamos, aqui, nesta Casa, de duas audiências públicas, uma em maio e outra em junho, também trazendo essa nossa posição. Temos dialogado com o SENACON, por exemplo, regularmente. Temos até uma agenda técnica com o SENACON. Por fazer parte da World Federation of Advertisers — WFA —, a ABA mundial, vamos dizer assim, nós conhecemos bem e acompanhamos as legislações de todo o mundo, de todos os países. Observamos as melhores práticas, trazemos para cá... Em junho do ano passado, nós promovemos o Encontro Nacional de Anunciantes — o encontro anual —, trouxemos a WFA para cá, o Diretor, o Adam, que cuida especificamente do assunto da publicidade infantil no mundo, com a visão mundial para compartilhar com mais de 700 anunciantes e mercado que estavam nesse evento.

Por solicitação da ABA, eu comentei, nas minhas palavras iniciais, que o CONAR incorporou novas e mais severas recomendações para publicidade que envolve crianças. Somos totalmente alinhados com a ABAP na questão, principalmente, do *site* Somos Todos Responsáveis.

Concluindo, no que se refere à posição da ABA sobre esse assunto, nós realmente repudiamos a abusividade. Essa foi a primeira frase das nossas posições aqui nas duas audiências públicas. Mas nós acreditamos e seguimos a Constituição



brasileira, nós acreditamos e seguimos a autorregulação, o CONAR. Nós defendemos a liberdade de expressão comercial e nós acreditamos também na responsabilidade dos pais. Temos estudos, inclusive, para isso tudo o que comentamos, estudos feitos, por exemplo, com o IBOPE, que é um instituto de pesquisa, com grupos de pesquisa, estudos publicados e divulgados. Estamos à disposição para continuar esse debate.

Ao contrário até do que eu disse aqui sobre crimes cibernéticos, não temos profundidade para contribuir, ainda, neste momento. Mas com publicidade infantil, sim, temos com que contribuir. Temos contribuído todas as vezes em que somos chamados e também proativamente junto à sociedade em geral.

Quanto ao comentário da Deputada Alice Portugal sobre o Marco Civil da Internet e também se a ABA está envolvida de alguma maneira: está também totalmente envolvida, tanto o é que temos, também, um grupo de trabalho específico só para tratar de privacidade de dados. Então, esse assunto também já está na pauta da ABA e dentro de um dos nove Comitês, o Comitê de Mídia. Portanto, temos debatido também esse assunto.

Acho que, por último, havia um comentário do Deputado Leo de Brito sobre investimentos e tendências em digital. Também queria me alinhar aqui com as palavras do Ministro Edinho e com as do Sr. Orlando Marques. De novo, é um mundo realmente muito novo. Nós não temos instrumentos de medição e aferição, ainda, como temos em outros meios, vamos dizer, mais antigos, mais tradicionais, mais consolidados. Mas, mesmo assim, a ABA tem parcerias, por exemplo, com o Twitter, com o Facebook e com o Google, exatamente estudando isso tudo.

Então, também estamos atentos a isso. É um mercado, sim, em evolução. Os dados mostram que as empresas vão aos pouquinhos, a cada ano, investindo mais em digital. É uma tendência, sim, mas é uma tendência que está sendo acompanhada e vigiada.

Eu espero ter respondido e comentado, com todo respeito e sinceridade, as perguntas colocadas.

Obrigada.



A SRA. PRESIDENTA (Deputada Mariana Carvalho) - Eu que agradeço à senhora a participação e também a disponibilidade de se fazer presente e de aceitar o convite de participar desta CPI.

Tendo em vista já o início da Ordem do Dia, os nossos requerimentos ficarão para as próximas semanas para apreciação e votação desta Comissão.

Eu gostaria, mais uma vez, de agradecer, em nome da CPI, a presença do Ministro Edinho; de agradecer também, Sra. Sandra, Dr. Orlando, pela participação de extrema importância de; agradecer também ao Deputado Sandro, que trouxe essas informações de grande preocupação. Eu acho que ficou nítida na fala de todos os Deputados aqui, Deputado Sandro, essa preocupação de que aqui representamos a sociedade.

Eu parei aqui para pensar e observar, enquanto o senhor falava, na questão das piratarias. Eu moro na cidade de Porto Velho e lá há várias avenidas em que ficam vendendo DVDs piratas. Quando chega a polícia, realmente, todo mundo sai, corre e se esconde, é aquele desespero, e, muitas vezes, pais de família têm essa preocupação. De repente, o que a gente vê aqui é uma coisa nítida: a própria sociedade muitas vezes bancando, sem saber e ter conhecimento. E isso, a gente tem que apurar.

Então, como disse, vamos estar aqui apurando essas denúncias. Eu tenho certeza de que, com a ajuda do Ministro, com a ajuda também da Sra. Sandra, do Sr. Orlando, a gente conseguirá chegar a um resultado para combater, sem dúvida, esses crimes na Internet, mas, claro, sendo muitas vezes com os cuidados que a gente tem de ter — até o Ministro também foi bem feliz nas colocações. A Internet é muito rápida e, às vezes, a gente tem aquelas preocupações, e, quanto mais a gente quer protegê-la, outros mecanismos vêm. E não vamos conseguir nunca chegar a uma demanda final. Mas é importante a gente trazer esse debate para esta Casa, para resolver esse problema tão grave da Internet.

Na semana passada, tivemos um programa na televisão que falou de casos, de vários homicídios e suicídios que ocorrem devido a esses crimes cibernéticos. A gente tem que ter essa preocupação, o que é muito maior do que mesmo bandeiras partidárias, cores políticas. Acho que a gente está aqui para debater. E o debate tem que ser um debate ético, um debate de respeito ao próximo.



Coloco-me à disposição, como Presidente desta CPI, para estarmos juntos. Temos pouco tempo para chegar ao final desta CPI, mas já pedi ao Presidente da Câmara, Eduardo Cunha, devido a tantas coisas a serem investigadas e a um resultado, para ampliar o tempo. Acho que isso é preciso e necessário até para se mostrar um bom resultado. Senão, com 120 dias, a gente não consegue, realmente, com tantos temas importantes.

Coloco-me, mais uma vez, à disposição de todos para conversar o que for. Agradeço mais uma vez.

Nada mais havendo a tratar, declaro encerrada a presente reunião, antes convocando reunião ordinária da Comissão para a próxima terça-feira, dia 13 de outubro, às 15 horas, quando trataremos de segurança na Internet, com a participação de professores especialistas em segurança de sistemas informáticos e também de um *hacker*.

Ficam todos convidados.

Está encerrada a presente reunião.

Muito obrigada, imprensa também presente e a todos os convidados que compareçam a esta audiência.