



SERVIÇO DE INFORMAÇÕES AO CIDADÃO DO MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES  
FORMULÁRIO PARA RESPOSTAS PARA SOLICITAÇÕES DE INFORMAÇÃO

ÓRGÃO:	MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES	NUP:	53125.000238/2021-28
<input checked="" type="checkbox"/> PEDIDO	<input type="checkbox"/> RECURSO	<input type="checkbox"/> 1ª INST	<input type="checkbox"/> 2ª INST
<b>RESPOSTA:</b> Prezado(a) cidadão(ã), Em atenção ao pedido de acesso à informação cadastrado sob o número 53125.000238/2021-28, , encaminhamos planilha anexa contendo informações sobre participação de influenciadores em ações publicitárias realizadas no contexto da pandemia pela Secretaria Especial de Comunicação (SECOM) do Ministério das Comunicações no período compreendido entre 01/03/2020 a 01/03/2021. Detalhamento das ações: 1. "Coronavírus – Covid-19", realizada em 2020 com objetivo de divulgar informações tais como modos de prevenção, principais sintomas e as medidas que precisam ser adotadas em caso de suspeita de contágio. A ação contou com investimento de R\$ 800.000,00 (oitocentos mil reais) destinados à produção publicitária de filmes para TV, Internet e Mídia Exterior Digital, spot para Rádio e Internet, peças de Internet, anúncio em Jornal e peças para veiculação em espaços de Mídia Exterior. A participação dos influenciadores, assim como a divulgação das peças publicitárias ocorreu sob a forma pró-bono, ou seja, não houve investimentos destinados para o pagamento de cachê e veiculação do material produzido. Toda a veiculação ocorreu de forma voluntária pelos veículos de divulgação que se interessaram pelo conteúdo e se engajaram na causa do enfrentamento da COVID-19. 2. "Cuidado Precoce", iniciada em 2020, teve objetivo de disseminar a informação de que o atendimento precoce de pacientes com a Covid-19 pode salvar vidas, fazendo chegar à população a mensagem de que, aos primeiros sintomas, deve-se procurar atendimento médico. No bojo da campanha "cuidado precoce" foram produzidos filmes para tv, spot para rádio, vídeos e banners para internet, e peças para mídia exterior. Do investimento total de R\$ 19.939.624,65 da campanha "Cuidado Precoce", R\$ 987.251,29 foi destinado à produção das peças e R\$ R\$ 18.952.373,36 destinado à veiculação/divulgação do referido material.  <input type="checkbox"/> Esclarecemos que no processo de desenvolvimento e execução de campanha publicitária, a negociação com influenciadores ocorre no âmbito da agência responsável pela execução de cada campanha, dentro da respectiva estratégia para a ação. No caso de influenciadores digitais, é importante lembrar que o contratado recebe um texto-guia que serve de base para elaboração de publicação (post ou stories) e divulgação em seus perfis nas redes sociais. O influenciador não reproduz integralmente o texto-base, que serve de referência. Na hipótese de utilização de termo técnico de forma equivocada, por parte do influenciador, a agência que monitora as publicações, imediatamente solicita correção. Por oportuno, seguem anexos textos-guia enviados pela agência aos influenciadores digitais que participaram da campanha "Cuidado Precoce", que comprovam não ter havido orientação para falar sobre tratamento precoce, cloroquina, hidroxicloroquina ou ivermectina. Segue também o briefing da referida campanha. Tais documentos integram a documentação formal relativa ao processo de desenvolvimento da campanha, cujo registro é feito no sistema de gestão das ações de comunicação da Secom (SECOMWEB), no âmbito deste órgão. Ressaltamos que a SECOM/MCOM não é responsável pela informação sobre os gastos de publicidade de cada órgão do Governo Federal, administração direta e indireta, mas somente pelos gastos de sua responsabilidade realizados pelas agências de propaganda contratadas. Entre as competências do Ministério das Comunicações, para a gestão da comunicação social do Poder Executivo Federal, estabelecidas pelo Decreto nº 10.462/2020 (art. 19) e pelo Decreto nº 6.555/2008 (art. 6º, incisos I a XVI), não estão previstas atribuições para produzir, controlar, custodiar ou centralizar dados referentes às ações de publicidade dos demais órgãos da administração direta e indireta. Tais informações podem ser obtidas mediante solicitação direta a cada um dos órgãos. Anexos: planilha, texto-guia e briefing. As informações acima foram disponibilizadas pela diretora do Departamento de Publicidade da Secretaria Especial de Comunicação Social do Ministério das Comunicações. Salientamos que, de acordo com o art. 15 da Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/2011) e com o art. 21 do Decreto nº 7.724/2012, há possibilidade de recurso no prazo de 10 (dez) dias, que deverá ser dirigido ao Secretário de Publicidade e Promoção da Secretaria Especial de Comunicação Social do Ministério das Comunicações. Atenciosamente, Serviço de Informações ao Cidadão Ministério das Comunicações			
<b>Os pedidos e respostas registrados no e-SIC serão disponibilizados para consulta aberta com o objetivo de ampliar a publicação proativa de informações públicas no Poder Executivo Federal, desde que não contenham informações pessoais ou protegidas por outras hipóteses de sigilo.</b>			
<b>Este pedido de acesso ou sua respectiva resposta contém informações sujeitas à restrição de acesso, conforme previsto na Lei 12.527/2011?</b>			
<input type="checkbox"/> SIM <input checked="" type="checkbox"/> NÃO			
<b>ACESSO (A):</b>	Acesso concedido - Resposta solicitada inserida no e-Sic	<b>CLASSIFICAÇÃO (B):</b>	Comunicação (2.2)
<b>OBSERVAÇÃO:</b>			
<b>DATA:</b>	17-mar-21		
<b>SERVIDOR:</b>	Silas Goncalves dos Santos		