

**Vocês confirmam o pagamento de mais de R\$ 670 mil desde abril para anúncios contrários ao PL das Fake News nas redes do Meta? Os dados são da Biblioteca de Anúncios do Meta e podem ser acessados [aqui](#).**

"Não temos nada a comentar sobre os valores exibidos na ferramenta da Meta. Entretanto, é importante destacar que, em momento algum, o Google se posicionou contra o PL 2630 e o combate à desinformação, o que fizemos foi dar visibilidade às nossas preocupações em relação a pontos do texto, que foram pouco debatidos e que poderiam trazer consequências indesejadas para nossos usuários."

**O Google anunciou em outras redes e veículos de mídia? Vocês podem informar dados e valores?**

"A campanha de marketing do Google Brasil, criada com o objetivo de dar visibilidade ao posicionamento da empresa em relação ao PL 2630, utilizou diferentes mídias (jornais impressos, redes sociais, Busca e Rede de Display, além de out-of-home). Vale dizer que a campanha está suspensa desde o dia 2 de maio, em cumprimento a uma ordem do Supremo Tribunal Federal.

Não informamos valores de investimentos feitos em campanhas de marketing da empresa. No caso dos anúncios distribuídos por meio das plataformas do Google, é possível encontrar os criativos e a data da última exibição do anúncio por meio da [página do Google LLC](#) na Central de Transparência de Anúncios. A seguir, listamos alguns exemplos de anúncios e os links correspondentes:

**Rede de Display**

<https://adstransparency.google.com/advertiser/AR14188379519798214657/creative/CR09207711074265071617?region=BR>

<https://adstransparency.google.com/advertiser/AR14188379519798214657/creative/CR11178798972309340161?region=BR>

**Busca**

<https://adstransparency.google.com/advertiser/AR14188379519798214657/creative/CR15293672860749398017?region=BR>"

**Segundo dados da Biblioteca de Mídia do Meta, parte dos anúncios contra o PL haviam sido veiculados sem rótulo de assuntos sociais, eleições ou política. Vocês confirmam essa informação? E por que foram veiculados assim?**

"Por uma questão técnica, parte dos anúncios que rodamos nas plataformas da Meta estavam com a classificação incorreta. Assim que identificamos o problema, paramos a campanha e realizamos as correções necessárias."