



TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL

**AÇÃO DE INVESTIGAÇÃO JUDICIAL ELEITORAL Nº 0601312-84
(PJE) – CLASSE 11527 – BRASÍLIA – DISTRITO FEDERAL**

**RELATOR : MINISTRO BENEDITO GONÇALVES
(CORREGEDOR-GERAL DA JUSTIÇA
ELEITORAL)**

**AUTORES : COLIGAÇÃO PELO BEM DO BRASIL E JAIR
MESSIAS BOLSONARO**

**INVESTIGADOS : LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA E GERALDO
ALCKIMIN**

APRESENTAÇÃO ORAL DO VOTO
MINISTRO BENEDITO GONÇALVES
(SESSÃO DE 19/10/2023)

Senhor Presidente,

Conforme dito, esta ação diz respeito ao uso da ferramenta de priorização paga de conteúdo, denominada *Google Ads*, que foi utilizada pelos investigados em campanha de marketing eleitoral denominada “Inocência de Lula”.

Existem duas questões processuais a serem examinadas.

I – PRELIMINAR DE ILEGITIMIDADE DE PARTE

Primeira, a preliminar de ilegitimidade passiva da Coligação Brasil da Esperança, suscitada pelos investigados, que estou acolhendo.

O ponto está aprofundado no voto escrito, e aqui apenas menciono que, no caso, além de a coligação não suportar diretamente os efeitos da cassação ou da inelegibilidade, ela própria requereu sua exclusão. Está evidente portanto que sua posição processual é inócua e não reflete interesse jurídico.

Acolho, portanto, a preliminar suscitada e extingo a ação, sem resolução do mérito, em relação à Coligação Brasil da Esperança.

II – REQUERIMENTO DE DESENTRANHAMENTO DE PROVAS (FORMULADO PELOS AUTORES)

Os autores requereram que fossem desentranhados dos autos os documentos relativos às campanhas publicitárias que contrataram via ferramenta *Google Ads*.

Afirma que são “provas contrárias aos interesses jurídico-processuais” da parte autora, com o condão de “transformar o investigador em investigado”.

A requisição de dados completos das duas candidaturas foi determinada após três sucessivos requerimentos da parte autora.

Os dois primeiros centraram-se no anúncio objeto da ação.

No terceiro, os autores pediram acesso a todas as contratações da campanha adversária, mesmo sem qualquer indício de irregularidade.

Uma leitura mais restritiva da iniciativa probatória levaria a indeferir o requerimento, diante da pescaria probatória (*fishing expedition*).

A leitura que fiz, porém, foi a de que se poderia admitir a prova para melhor conhecer o contexto em que o anúncio reputado ilícito foi publicado. Ocorre que, para ser completa, essa diligência deveria ser capaz demonstrar o uso normal da ferramenta *Google Ads*, especificamente, com atenção à magnitude da disputa.

O raciocínio é simples e permite fugir de especulações sobre ordens de grandeza dos valores e do alcance envolvidos. É preciso saber qual o padrão esperado de uso da ferramenta nas eleições presidenciais de 2022, de modo a avaliar o que pode ser uma distorção do mecanismo, capaz de ferir a isonomia.

Assim, não houve ampliação de causa de pedir, ou inversão dos polos da ação. Nenhuma conduta dos investigantes está em julgamento.

Além disso, alegado “risco de tumulto processual” não se consumou. Em decisão fundamentada, concedi prazo dilatado para que as partes analisarem a vasta documentação fornecida pela Google. Permiti a apresentação de relatórios técnicos. Depois, abriu-se vista para alegações finais.

Ressalto que, produzida a prova, no papel que incumbe ao Relator, é matéria de mérito definir o peso que lhe será dado aos elementos coletados.

Portanto, ausente qualquer nulidade processual, indefiro o requerimento de desentranhamento de provas.

III - MÉRITO

Passo então ao mérito.

O ilícito suscitado nesta ação envolve uma interseção entre o abuso de poder econômico e o uso indevido de meios de comunicação. A discussão se conecta diretamente à migração das campanhas eleitorais para a internet, no novo paradigma de comunicação.

Desde 2017, a priorização paga de conteúdo, por meio de anúncios que destacam resultados em *sites* de busca, está expressamente prevista como forma lícita de impulsionamento da propaganda eleitoral na internet.

A jurisprudência do TSE tem se ocupado de conciliar o uso legítimo da contratação de impulsionamento com a circulação democrática de informações na *internet*.

Precedentes indicam assim que a priorização paga de resultados pode ser usada para chamar a atenção do eleitorado, desde que:

- a) para conferir destaque positivo a determinada candidatura;
- b) por iniciativa de candidatas, candidatos, partidos, federações e coligações;
- c) o conteúdo seja identificado como anúncio pago.

Com base nessas premissas, o anúncio na campanha “Inocência de Lula” foi considerado regular por este Tribunal (Representação nº 0601291-11, Rel. Min. Maria Claudia Bucchianeri, acórdão publicado na sessão de 19/12/2022). A Corte entendeu que o anúncio via *Google Ads* conferiu “destaque ao conteúdo positivo promovido pela campanha, sem compelir o usuário a consumi-lo e sem cercear o fácil acesso a material diverso, que segue disponível logo em seguida, sem indevidos apagamentos”.

O abuso que se discute nesta AIJE passa, primeiramente, por uma alegação de “uso mercantil do algoritmo”. No entanto, não foi apontada qualquer falha ou vício na programação do algoritmo utilizado pela *Google*, ou comportamento irregular da empresa com vistas a favorecer os investigados.

A premissa, portanto, é que as ferramentas tecnológicas (de pesquisa e de priorização de conteúdo) foram oferecidas pela empresa em iguais condições a todas as campanhas. E dela fizeram uso tanto os investigados quanto os investigadores, sempre com o propósito de dar destaque a conteúdos eleitorais.

Em uma segunda abordagem, os autores afirmam que houve uma manipulação do uso da ferramenta, que levaria à ocultação de “conteúdos eleitoralmente indesejáveis”. Nessa linha, afirmaram que o anúncio bloqueou a exibição de resultados orgânicos desfavoráveis aos investigados na primeira página.

A petição inicial não veio acompanhada de capturas de tela que mostrassem, sequer, que o anúncio produziu o efeito citado. Por sua vez, os investigados usaram as mesmas palavras-chave referidas na petição inicial e, por meio

de capturas de tela, mostraram que o anúncio aparecia ao final da primeira página da *Google* ou no início da segunda. De todo modo, ainda que o anúncio fosse mostrado ao início da primeira página, isso se deveria ao algoritmo e, não, a ação dos investigados.

A terceira linha de alegação da ilicitude é a que indica ter havido atuação dos investigados para direcionar o tráfego de forma indevida, e abusiva, em função dos termos de pesquisa e dos recursos empregados. Alegam que os resultados obtidos com o anúncio mostrariam o “assombroso” impacto na disputa, tendo em vista a interferência na liberdade de informação do eleitorado, em prejuízo à formação do voto.

Pois bem.

A campanha veiculada com o título “Inocência de Lula” remetia a um *site* com o título “Lula é inocente? Chamamos o VAR para responder”, e logo abaixo “*as regras do jogo são claras: juiz parcial não apita! Lula foi inocentado e já acumula 26 vitórias na Justiça e nunca houve qualquer prova contra ele*”.

a) No que diz respeito às palavras-chave selecionadas para se chegar ao anúncio da campanha “Inocência de Lula”, não há qualquer irregularidade. A tabela fornecida pela *Google* mostra que os termos escolhidos combinam o nome do primeiro investigado ou de seu partido com outros possíveis padrões de busca que seriam feitos pelo público-alvo. Essa seleção de termos de interesse é própria à finalidade do serviço contratado, dela não decorrendo conclusão de que o eleitorado estaria sendo ludibriado pela visualização do anúncio;

b) Quanto aos resultados alcançados pelo anúncio, não se provou qualquer imposição à vontade das pessoas usuárias. O anúncio foi exibido na página de resultados aproximadamente 5 milhões e 200 mil vezes, mas foi efetivamente acessado 480 mil vezes,

de forma voluntária. A chamada “taxa de cliques” foi portanto de pouco mais de 9%. Ou seja, em 91% das vezes em que o anúncio foi exibido, ele foi ignorado;

c) Quanto ao conteúdo oferecido, as alegações dos investigadores no sentido de que o anúncio leva a site contendo “informações distorcidas” não ultrapassaram o campo da opinião e da divergência política; e

d) quanto ao investimento no anúncio, os investigados gastaram R\$ 608.964,61 com o anúncio, ao custo médio por clique de R\$ 1,27. Saber o significado desses valores, logicamente, demanda análise contextualizada. Os dados da *Central de Transparência de Anúncios da Google* mostram que:

d.1) no total, os investigados custearam R\$ 22.792.500,00 em publicidade via *Google Ads*, e, os investigadores, R\$ 28.658.500,00;

d.2) os investigados diluíram os recursos em 2.658 anúncios, enquanto os autores fizeram 1.067 anúncios;

d.3) os investigados custearam anúncios ao longo de todo o período eleitoral, e reduziram os investimentos no segundo turno, à exceção do dia 27/10/2022, em que foram despendidos R\$ 4.030.000,00;

d.4) por sua vez, os investigadores fizeram pouco uso da ferramenta até o primeiro turno. Mas isso mudou entre 18 e 27/10/2022, quando o *Google Ads* ganha destaque na estratégia da campanha dos autores. Em 21 e 22/10/2022, gastaram, respectivamente, R\$ 4.450.000,00 e R\$ 4.580.000,00 em um dia;

d.5) as bibliotecas de anúncios das duas candidaturas mostram que alguns deles envolveram valores muito baixos; outros, como é o caso do anúncio citado na petição inicial, consumiram mais recursos. Nada há de anormal nesse comportamento, pois é próprio à dinâmica desse tipo de publicidade realizar testes para tornar a propaganda mais atrativa e, depois, investir naquelas que realmente decoleem;

d.6) assim, tomando-se como parâmetro o uso feito da ferramenta *Google Ads* pelas duas principais candidaturas que disputaram a eleição presidencial em 2022, conclui-se não haver nenhuma anomalia ou discrepância no investimento de pouco mais de R\$600.000,00 em uma campanha publicitária que se mostrou por algum motivo atrativa, e que não remete a conteúdos comprovadamente desinformativos.

Por fim, os autores, ao analisarem o material com dados completos de uso do *Google Adas*, identificaram indícios de uma campanha publicitária dos investigados que teria teor de propaganda negativa contra o candidato investigante. Essa alegação não pode ser analisada como causa de pedir autônoma, tardiamente suscitada e que não foi debatida nos autos. O fato apontado pode, porém, ser analisado no contexto das publicidades feitas.

Nesse campo, os investigados também identificaram, como indícios, onze palavras-chave contratadas pelos autores, usando o nome do primeiro investigado ou de seu partido, para difundir propaganda negativa.

Não é nada louvável que as campanhas tenham se usado da ferramenta *Google Ads* para impulsionar conteúdos negativos contra adversários. Mas a alegação tardia da parte autora, que denota uma irregularidade pontual, similar a outras várias

dos próprios investigadores, não permite concluir que o anúncio “Inocência de Lula” se encaixaria em uma estratégia de manipulação do eleitorado.

Ressalto que, com vistas a permitir a elucidação de fatos relevantes para as Eleições 2022, esta ação foi admitida principalmente porque as informações que a parte autora queria requisitar à *Google* envolviam conhecimento técnico. Me pareceu legítimo dar oportunidade à parte demonstrar as severas distorções que afirmava ter havido no anúncio feito via *Google Ads*, ainda que, desde a inicial os argumentos parecessem se enveredar por caminhos um tanto fantasiosos.

Exaurida todas as provas sobre o tema, não foi demonstrada a “ocultação de páginas” por “conveniência eleitoral”. Não foi demonstrado que o conteúdo de destino “falseava a verdade”. Não foi demonstrado que a contratação do anúncio foi capaz de alterar o padrão de funcionamento do *Google Ads*. Fato é que os investigadores nunca estiveram próximos de comprovar a alegada manipulação do eleitorado.

Nesse cenário, fica prejudicada a aferição da gravidade.

Assim, tem-se como não configurado o abuso de poder econômico ou o uso indevido dos meios de comunicação.

Ante todo o exposto:

- a) acolho a preliminar de ilegitimidade passiva da Coligação Brasil da Esperança e, em relação a ela, julgo extinto o processo sem resolução de mérito;
- b) indefiro o requerimento de desentranhamento de provas; e
- c) em relação aos candidatos investigados, julgo improcedente o pedido.

É COMO VOTO.

Sessão de 19/10/2023