



**Poder Judiciário**  
**TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO MATO GROSSO**

**AÇÃO CAUTELAR Nº 0600245-20.2018.6.11.0000**  
**AUTOR: PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL**  
**RÉU: FACEBOOK GLOBAL HOLDINGS II, LLC**

## **DECISÃO**

Trata-se de Ação Cautelar ajuizada pela Procuradoria Regional Eleitoral em desfavor FACEBOOK SERVIÇOS ONLINE DO BRASIL LTDA noticiando que redarguindo basicamente os seguintes pontos fáticos:

- *Tomou conhecimento que diversos pré-candidatos às eleições que se aproximam vêm realizando impulsionamento remunerado, nas redes sociais (entre elas o Facebook e o Instagram), de postagens enaltecendo seus feitos em mandatos anteriores, ou mesmo de outros fatores que supostamente os tornam mais qualificados perante o eleitorado.”*
- *Esse tipo de publicação, como se sabe, pode vir a configurar uma espécie de “outdoor eletrônico”, o que, conseqüentemente, faz incidir a vedação do artigo 39, § 8º, da Lei n. 9.504/1997, além do artigo 21 da Resolução TSE n. 23.551/2018.”*
- *Não bastasse isso, como bem ressaltado pelo Ilustre Ministro do Tribunal Superior Eleitoral, Admar Gonzaga Neto, em recente entrevista concedida ao site “Poder 360”, anúncios patrocinados feitos pelos pré-candidatos nas redes sociais não devem ser considerados manifestação espontânea, mas publicidade, destacando-se a dificuldade de a Justiça Eleitoral, neste momento, averiguar e saber a origem dos recursos empregados.*
- *Com efeito, não atingido, ainda, o marco inicial da propaganda eleitoral (15 de agosto) e, conseqüentemente, sem a criação da estrutura jurídica que a envolve (v.g., CNPJ e conta da campanha), é grande o risco de que tais gastos sequer venham a ser contabilizados na prestação de contas à Justiça Eleitoral, compondo um “caixa 2” antecipado, nos dizeres do Ministro.*
- *Diante de tais aspectos, foi determinada a instauração do Procedimento Preparatório Eleitoral n. 1.20.000.001287/2018-84, no bojo do qual requisitou-se da requerida informações sobre a contratação de serviço de impulsionamento de postagens em favor de qualquer um dos nomes e/ou CPFs indicados, de 1º de maio de 2018 até aquela data.*
- *A requerida, porém, deixou de atender à requisição do Ministério Público Eleitoral, alegando, em sua resposta, que “reconhece e respeita o poder de requisição assegurado por lei ao Ministério Público, mas apenas adota a cautela necessária para que a divulgação dos dados ora solicitados ocorra em estrita conformidade com o que estabelecem as normas vigentes no ordenamento jurídico brasileiro.”*
- *A esse respeito vale dizer que a relutância da requerida em prestar as informações requisitadas inviabiliza sobremaneira a atividade de fiscalização do Ministério Público Eleitoral, tanto no que diz respeito a eventual propaganda eleitoral irregular quanto aos gastos com tal finalidade.*
- *Com efeito, o conhecimento desta Procuradoria Regional Eleitoral acerca das postagens impulsionadas anexas, por exemplo, só foi possível porque usuários da mesma rede social dos pré-candidatos selecionados por eles como “público alvo” viram aparecer em seus feed de notícias as*



referidas publicações e trouxeram ao conhecimento do Ministério Público Eleitoral. Tais publicações, como se vê no arquivo anexo, aparecem com a inscrição “patrocinado” logo abaixo do nome, indicando que não se trata de manifestação gratuita do titular da página, mas de serviço pelo qual a requerida é remunerada.

- Ao acessar a página dos próprios titulares das publicações, clicando nos nomes que aparecem logo acima do termo “patrocinado”, é possível localizar as mesmas publicações acima referidas, mas, nesse caso, sem a informação de que se trata de publicidade paga, como se pode ver no anexo. Aliás, vale dizer que, por vezes, a publicação sequer consta da página no pré-candidato (são as chamadas “publicações não publicadas”)
- Conclui-se, com isso, que a fiscalização sobre o uso indevido da publicidade eleitoral paga nas redes sociais mentidas pela requerida é impossível de ser realizada por meio da checagem das páginas dos próprios candidatos, já que, repita-se, a informação de que o anúncio é “patrocinado” só aparece para seus seguidores.
- Admite, então, a requerida que, ao menos até 28/06/2018, a informação pretendida era, de fato, inacessível ao Ministério Público Eleitoral, não tendo outra ferramenta que não a requisição direta a ela, administradora do serviço.

Ao final, o Parquet Eleitoral “pede seja liminarmente determinado à requerida que forneça, no prazo de 5 (cinco) dias, informações sobre a contratação de serviço de impulsionamento de postagens (quais postagens e valores) em favor de qualquer um dos nomes e/ou CPFs indicados abaixo, no período de 1º de maio de 2018 até a presente data:

1. José Pedro Gonçalves Taques (Pedro Taques - CPF 404.404.481-68)
2. Wellington Antonio Fagundes (Wellington Fagundes - CPF 230.190.931-04)
3. Otaviano Olavo Pivetta (Otaviano Pivetta - CPF 274.627.730-15)
4. Mauro César Lara de Barros (Procurador Mauro - CPF 802.008.001-59)
5. Dilceu Rossato (Dilceu Rossato - CPF 389.602.220-20)
6. Mauro Mendes (Mauro Mendes Ferreira - CPF 304.362.301-00)
7. Antônio José Medeiros (José Medeiros - CPF 010.767.603-68)
8. Nilson Aparecido Leitão (Nilson Leitão - CPF 345.775.211-72)
9. Carlos Henrique Baqueta Fávaro (Carlos Fávaro - CPF 629.183.119-87)
10. Jayme Verissimo de Campos (Jayme Campos - CPF 048.810.441-68)
11. Adilton Domingos Sachetti (Adilton Sachetti - CPF 453.607.079-68)
12. Selma Rosane Santos Arruda (Selma Arruda - CPF 449.011.000-68)
13. Maria Lúcia Cardoso Pinto Amary (Maria Lúcia - CPF 228.777.978-72)”

É o relatório.



À guisa de preâmbulo, a Ilustre membro do *Parquet Eleitoral* exterioriza “*que a presente demanda cautelar é preparatória de eventuais representações por propaganda eleitoral irregular, nos termos do art. 36, §3º, da Lei n. 9.504/97, assim como por movimentação financeira ilegal, com fundamento no art. 100 da Resolução n. 23.553/17 do TSE*”.

Desta forma entendo, conforme resolução TRE/MT N.º 2.092/2017 alterada pela Resolução TER/MT n.º 2.135/2018, que o caso em julgamento se trata de cautelar antecedente para identificar a ocorrência de ato ilícito (impulsioneamento em rede social por *link* patrocinado) e sua eventual configuração como **propaganda eleitoral antecipada** ou **abuso de poder econômico**, viabilizando a propositura da demanda cabível na espécie, o que **seduz a competência dos Juizes auxiliares da Propaganda Eleitoral**.

A viabilidade de ajuizamento de ação preparatória visando afastar o desequilíbrio da futura campanha eleitoral repousa no art. 381 do NCPC que assim dispõe:

*Art. 381. A produção antecipada da prova será admitida nos casos em que:*

*I - haja fundado receio de que venha a tornar-se impossível ou muito difícil a verificação de certos fatos na pendência da ação;*

*II - a prova a ser produzida seja suscetível de viabilizar a autocomposição ou outro meio adequado de solução de conflito;*

*III - o prévio conhecimento dos fatos possa justificar ou evitar o ajuizamento de ação.*

A necessidade de identificação de ato ilícito decorre do fato de que o Tribunal Superior Eleitoral nos julgamentos do AgRg no AI 9-24 de Várzea Paulista/SP e AgRg no REspe 43-46 de Itabaina-SE ao fixar as balizas para a caracterização de propaganda antecipada, prelecionou que os atos publicitários que não se caracterizem como propaganda antecipada podem ser posteriormente sancionados sob a ótica de abuso de poder.

A rigor, sem adentrar ao mérito da caracterização de propaganda antecipada porquanto inviável definir se houve pedido explícito de votos ou abuso de poder neste juízo preliminar, entendo vedado o impulsioneamento através de *link* patrocinados em mídias sociais em período anterior à campanha eleitoral.

A utilização de propaganda eleitoral paga na *internet*, a meu modo de ver, somente seria permitida durante o período de campanha eleitoral (a partir de 16 de agosto do ano da eleição) e, ainda, assim condicionada à observância dos demais requisitos legais (identificação, contratação pelas pessoas legalmente autorizadas, teto de gastos, dentre outros).

Neste alinhavar, o art. 36 da Lei nº 9.504/97 dispõe que “*a propaganda eleitoral somente é permitida após o dia 15 de agosto do ano da eleição*”, dispositivo este regulamentado pelo art. 2º da Resolução nº 23.551/2017 do Tribunal Superior Eleitoral, o qual explicita que “*a propaganda eleitoral é permitida a partir de 16 de agosto do ano da eleição*”.

A Lei das Eleições (Lei nº 9.504/97), ao dispor sobre a propaganda na *internet*, estabeleceu o termo inicial para permissão e também a legalidade do impulsioneamento de conteúdos e respectivos requisitos, vejamos:

**Art. 57-A. É permitida a propaganda eleitoral na internet, nos termos desta Lei, após o dia 15 de agosto do ano da eleição.**



Art. 57-C. **É vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet**, excetuado o impulsionamento de conteúdos, desde que identificado de forma inequívoca como tal e **contratado exclusivamente por partidos, coligações e candidatos e seus representantes**.

(...)

§ 2º A violação do disposto neste artigo sujeita o responsável pela divulgação da propaganda ou pelo impulsionamento de conteúdos e, quando comprovado seu prévio conhecimento, o beneficiário, à multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais) ou em valor equivalente ao dobro da quantia despendida, se esse cálculo superar o limite máximo da multa.

§ 3º O impulsionamento de que trata o **caput** deste artigo deverá ser contratado diretamente com provedor da aplicação de internet com sede e foro no País, ou de sua filial, sucursal, escritório, estabelecimento ou representante legalmente estabelecido no País e apenas com o fim de promover ou beneficiar candidatos ou suas agremiações.

A interpretação sistemática dos dispositivos legais supramencionados (arts. 36, 57-A e 57-C, Lei nº 9.504/97) permite concluir que somente após o registro da candidatura é que se poderia realizar gastos com campanha de forma lícita, momento a partir do qual seria permitida a utilização de mecanismo pago para aumentar o alcance das propostas.

Ao tratar sobre o período pré-eleitoral, Edson de Resende Castro, em Curso de Direito Eleitoral. 8a Ed. Belo Horizonte: Del Rey, 2016, p. 262, preleciona que os valores estimáveis e o uso de recursos financeiros encontram-se vedados, o que incide na prerrogativa que os **atos de pré-campanha devem ser espontâneos e sem qualquer tipo de custo, apenas o partido na realização de suas prévias é quem pode realizá-los**.

Em recente decisão monocrática proferida na data de 09 (nove) de julho/2018, nos autos da Representação (proc. 0600091-24.2018.6.03.0000) que tramita perante o Tribunal Regional Eleitoral do Amapá, o Relator (Juiz Jucelio Fleury Neto) pontificou com propriedade que **“a conduta do representado de divulgar suas propostas de campanha eleitoral por meio de link patrocinado caracteriza propaganda antecipada, vez que não encontra amparo nos incisos do arts. 36-A da Lei das Eleições, que apenas contém hipóteses de divulgação de atos de pré-candidatura nas quais não ocorra a realização de gastos do pré-candidato.”**

Assim, num juízo perfunctório próprio das medidas liminares, presume-se pela ilegalidade do pagamento de impulsionamento (propaganda paga) de mídia social com pretensão de divulgação da pré-candidatura em período pré-eleitoral, restando demonstrado o *fumus boni juris*.

Acrescento que, embora o provedor tenha noticiado o lançamento de uma nova ferramenta para aumentar a transparência de seus anúncios a partir de 28 (vinte e oito) de junho/2018, torna-se necessário identificar a publicidade paga em período anterior.

O *periculum in mora*, de seu turno, resulta da grande repercussão publicitária do *link* patrocinado nas redes sociais, alcançando centenas de milhares de pessoas conforme se verifica das visualizações contidas nas páginas mencionadas.

A eventual demora na prestação jurisdicional permitiria que os pré-candidatos que adotaram a prática ilícita incutam no eleitorado a estratégia de campanha, obtendo votos em prejuízo dos outros pré-candidatos que estão a esperar o momento permitido em lei para impulsionamento das redes sociais.



Em tempo oportuno, não se olvida que a Lei nº 12.965/2014, denominado marco civil da *internet*, impõe que toda ordem judicial dirigida a provedores deve conter a “**identificação clara e específica do conteúdo apontado como infringente, que permita a localização inequívoca do material**”, senão vejamos:

Art. 19. Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, o provedor de aplicações de internet somente poderá ser responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros se, após ordem judicial específica, não tomar as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente, ressalvadas as disposições legais em contrário.

§ 1º A ordem judicial de que trata o **caput** deverá conter, sob pena de nulidade, identificação clara e específica do conteúdo apontado como infringente, que permita a localização inequívoca do material.

Este julgador verificou que somente foram colacionados os *links* patrocinados veiculados por Maria Lúcia Cardoso Pinto Amary (id. 18152 – pág. 1), Carlos Henrique Baqueta Fávoro (id. 18152 – págs. 2/4) e Jayme Veríssimo de Campos (id. 18152 – pág. 5).

Observo que, mesmo em relação aos pré-candidatos com *links* patrocinados (Maria Lúcia Cardoso Pinto Amary, Carlos Henrique Baqueta Fávoro e Jayme Veríssimo de Campos), a requerente deixou de mencionar a URL do conteúdo específico, limitando-se a colacionar *prints* que não lhes permitem a identificação.

De igual forma, bem se sabe da necessidade de indicação da URL do conteúdo específico para a hipótese de determinação de remoção do conteúdo, conforme encontra-se expressamente exigida pela Resolução nº 23.551/TSE, vejamos:

Art. 33. A atuação da Justiça Eleitoral em relação a conteúdos divulgados na internet deve ser realizada com a menor interferência possível no debate democrático

§ 1º Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, as ordens judiciais de remoção de conteúdo divulgado na internet serão limitadas às hipóteses em que, mediante decisão fundamentada, sejam constatadas violações às regras eleitorais ou ofensas a direitos de pessoas que participam do processo eleitoral.

§ 3º. A ordem judicial que determinar a remoção de conteúdo divulgado na internet fixará prazo razoável para o cumprimento, não inferior a 24 (vinte e quatro) horas, e deverá conter, sob pena de nulidade, a URL do conteúdo específico.

Ocorre que, por enquanto, inexistente pedido para remoção do conteúdo veiculado em mídia social e a dificuldade de indicação da URL do conteúdo específico decorre da existência dos denominados “**dark posts**”, ferramenta utilizada para publicação patrocinada e segmentada que não aparece na *timeline* da página do pré-candidato.

Os “**dark posts**” diferenciam-se dos “**posts patrocinados**” pelo fato de serem invisíveis na *fanpage* da mídia social.

Assim, o “**dark post**” somente vai aparecer no “**feed**” de notícias dos perfis escolhidos por meio da segmentação pretendida (idade, localização, sexo, dentre outras).



A segmentação, portanto, permite a criação de público personalizado, supostamente identificado ao perfil do pré-candidato.

Isto significa dizer que um pré-candidato pode selecionar o público almejado (idade e região), fazer publicar o "**dark post**" no "**feed**" de notícias do pretenseleitor e este (eleitor), ao adentrar à página (*fan page*) do pré-candidato, não encontraria a respectiva postagem na *timeline* do pré-candidato.

A ausência de pedido, por ora, de remoção das postagens patrocinadas e a possibilidade, em tese, da existência de "**dark posts**" recomenda a concessão da liminar nos moldes postulados na exordial, indistintamente a todos os pré-candidatos à eleição majoritária (Governador e Senador), visando assegurar a paridade de tratamento.

**Ante ao exposto**, considerando ilegal a publicidade paga na internet (*post* patrocinado) em período anterior ao período eleitoral, bem como a impossibilidade de identificação da URL específica neste momento, defiro a liminar requestada para compelir o provedor a, no prazo de 05 (cinco) dias, apresentar informações sobre a contratação de serviço de impulsionamento de postagens em período posterior a 01 (um) de maio/2018 em favor dos pré-candidatos às eleições majoritárias (Governador e Senador) abaixo relacionados:

José Pedro Gonçalves Taques (Pedro Taques - CPF 404.404.481-68)

Wellington Antonio Fagundes (Wellington Fagundes - CPF 230.190.931-04)

Otaviano Olavo Pivetta (Otaviano Pivetta - CPF 274.627.730-15)

Mauro César Lara de Barros (Procurador Mauro - CPF 802.008.001-59)

Dilceu Rossato (Dilceu Rossato - CPF 389.602.220-20)

Mauro Mendes (Mauro Mendes Ferreira - CPF 304.362.301-00)

Antônio José Medeiros (José Medeiros - CPF 010.767.603-68)

Nilson Aparecido Leitão (Nilson Leitão - CPF 345.775.211-72)

Carlos Henrique Baqueta Fávaro (Carlos Fávaro - CPF 629.183.119-87)

Jayme Verissimo de Campos (Jayme Campos - CPF 048.810.441-68)

Adilton Domingos Sachetti (Adilton Sachetti - CPF 453.607.079-68)

Selma Rosane Santos Arruda (Selma Arruda - CPF 449.011.000-68)

Maria Lúcia Cardoso Pinto Amary (Maria Lúcia - CPF 228.777.978-72)"

Cite-se o requerido da presente ação de produção antecipada de provas, para que, caso queiram, se utilizem da faculdade prevista no Art. 382, §3º, do NCPC, sendo inadmitido defesa e/ou recurso, ex vi do Art. 382, §4º, do mesmo diploma processual [TRE/MT; Mandando de Segurança n. 22464, Ac. n. 26061 de 16/03/2017, Relator(a) RODRIGO ROBERTO CURVO];.

Em seguida, aportadas as informações pela rede social e apresentada a defesa ou transcorridos os respectivos prazos *in albis*, intime-se a requerente para o impulsionamento devido.



Cuiabá(MT), em 16 de julho de 2018.

**JUIZ(A) JACKSON FRANCISCO COLETA COUTINHO**  
RELATOR(A)

