

Usar adversário como palavra-chave em buscas não fere lei eleitoral

O uso do nome de candidato adversário como palavra-chave para impulsionar priorização paga de conteúdo, por si só, não infringe a Lei das Eleições. A apresentação de alternativas ao eleitor, desde que garantida sua liberdade de escolha, não pode ser vista como forma de prejudicar a campanha eleitoral.

Reprodução



Candidatos podem usar Google para impulsionar links usando como palavra-chave o nome de seus adversários eleitorais

Esse entendimento foi reafirmado pelo Tribunal Superior Eleitoral, em julgamento na noite de segunda-feira (2/2). Trata-se do segundo precedente da corte, um resultado importante porque, na [primeira vez](#) que enfrentou a matéria, em outubro de 2019, o julgamento ocorreu sem a presença de dois de seus membros efetivos.

Os casos julgados são exatamente iguais e contestam uma estratégia de campanha Jilmar Tatto (PT) ao senado, em 2018. Quem digitasse na busca do Google o nome dos adversários dele recebia um link patrocinado com a mensagem “procurando por *[nome do candidato]*? Conheça Jilmar Tatto”.

A ação julgada em outubro de 2019 foi ajuizada por Ricardo Tripolli (PSDB) e dividiu a corte. O placar por maioria virou quando os suplentes, ministros Marco Aurélio e Carlos Horbach, votaram em substituição aos ausentes Luís Roberto Barroso e Tarcísio Vieira de Carvalho.

Nesta segunda, o ministro Tarcísio foi quem abriu a divergência para reafirmar a jurisprudência do TSE sobre a legalidade do uso de nomes de adversários em link patrocinados. Ele foi seguido por Sérgio Banhos, Luiz Edson Fachin e Marco Aurélio, que participou novamente do julgamento porque o ministro Barroso se declarou suspeito.

Ficaram vencidos o relator, ministro Mauro Campbell, que não votou no primeiro precedente porque ainda não integrava a corte — sua cadeira pertencia a Og Fernandes; Alexandre de Moraes e Luís Felipe Salomão.

Carlos Moura/Ascom/TSE



Ministro Tarcísio Vieira de Carvalho abriu divergência para manter jurisprudência
Carlos Moura/Ascom/TSE

Segurança jurídica

O ministro Tarcísio Vieira de Carvalho ressaltou a inconveniência de alterar o entendimento sobre a matéria em casos exatamente iguais, referentes à mesma eleição (ao Senado, em 2018) e julgados com quase quatro meses de diferença.

Inclusive defendeu a restauração da eficácia do artigo 263 do Código Eleitoral, segundo o qual, no julgamento de um mesmo pleito eleitoral, as decisões anteriores sobre questões de direito constituam prejudgados para os demais casos, salvo se contra a tese votarem dois terços dos membros do Tribunal.

Os que o acompanharam como mantiveram a justificativa para decidir pela legalidade da contratação dos links patrocinados. Em suma, entendem que não se trata de redirecionamento de busca, pois o eleitor tem a liberdade de clicar ou não no conteúdo patrocinado. E que a regra do regime democrático é livre circulação de ideias.

Estelionato eleitoral

Relator do caso, o ministro Mauro Campbell propôs a alteração da jurisprudência por entender que a prática ofende o artigo 57-B da Lei das Eleições (Lei 9.504/1997), que disciplina a propaganda eleitoral na internet. "A única contratação de impulsionamento possível por ferramenta do provedor é aquela que vise alterar ou aumentar a repercussão de sua própria propaganda, nunca da propaganda alheia", defendeu.

STJ



Ministro Mauro Campbell afirmou que a prática fragiliza o fluxo de informações e, consequentemente, a própria democracia
STJ

Afirmou que defender a legalidade da prática significaria fragilizar o fluxo de informações na eleição e, por consequência, a própria democracia. Classificou o link de Jilmar Tatto como "pedágio" recebido pelo eleitor que pesquisou sobre Mara Gabrilli. E disse que o prejuízo é duplo: atinge ao mesmo tempo a candidata — que inclusive foi eleita, ao contrário de Tatto — e também o eleitor.

Para o ministro Alexandre, o caso configura um verdadeiro estelionato eleitoral, só possível porque o Google e as redes sociais são absolutamente irresponsáveis com seu modelo de negócio. "É uma vergonha sancionarmos essa prática parasitária", criticou. Ele defendeu que o Google "coloque a mão na consciência" para entender que a prática desrespeita o eleitor.

O ministro Luís Felipe Salomão concordou, ao descartar que a proibição do impulsionamento cercearia o direito de informação. "O que há é um desvio dela para atingir apenas o que se deseja do ponto de vista mercadológico. É custo. Quem paga, tem sua mercadoria atendida. Quem não paga, vai para a vala comum. E aí não tem acesso adequado à informação", disse.

Nelson Jr./SCO/STF



Para ministro Alexandre de Moraes, Google deveria colocar a mão na consciência
Nelson Jr./SCO/STF

O argumento empresarial



Advogado de Mara Gabrielli, **Alexandre Rollo** citou da tribuna virtual dois precedentes do Superior Tribunal de Justiça que, no campo do Direito Privado, proíbem a prática de empresas que usam o nome das concorrentes para impulsionar links com seus produtos.

O ministro Mauro Campbell usou o argumento para apontar que, "com muito mais razão, essa justiça especializada deverá atuar na defesa dos bens jurídicos aqui tutelados, que alcançam status constitucional e relevância impar para o estado democrático de direito". Alexandre de Moraes também fez coro à ideia.

O entendimento não sensibilizou a maioria no TSE. O ministro Fachin destacou que essas searas não se confundem. Uma coisa é escolher a contratação de um serviço ou a compra de um produto. Outra é a pesquisa para que o voto seja, enfim, "a expressão do conhecimento bem informado".

Processo 0605327-15.2018.6.26.0000

Date Created

03/02/2021