

**EXCELENTÍSSIMO SENHOR HUMBERTO JACQUES DE MEDEIROS, VICE-
PROCURADOR-GERAL ELEITORAL**

**A COLIGAÇÃO PARA A CANDIDATURA À PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA
“O POVO FELIZ DE NOVO”**, composta pelo Partido dos Trabalhadores - PT, inscrito
no CNPJ/MF sob o nº 00.676.262/0001-70, com sede no Setor Comercial Sul – Quadra
02 Bloco C nº 256, Edifício Toufic, 1º andar, CEP 70302-000 – Brasília/DF, Partido
Comunista do Brasil – PC do B, inscrito no CNPJ sob nº 54.956.495/0001-56, com sede
na sala 1.224, do Edifício Office Tower, localizado no bloco F, da Quadra 2, do SHN, Asa
Norte, Brasília/DF e Partido Republicano da Ordem Social - PROS, inscrito no CNPJ/MF
sob o nº 12.952.205/0001-56, com sede no SHIS QL 26 Conj. 01, Casa 19, Lago Sul,
Brasília-DF, por meio da representante da Coligação, GLEISI HELENA HOFFMANN,
brasileira, casada, Senadora da República (PT/PR), RG nº 3996866-5 SSP/PR, CPF sob
nº 676.770.619-15, endereço funcional na Esplanada dos Ministérios, Praça dos Três
Poderes, Senado Federal, Ala Teotônio Vilela, gabinete 04, CEP 70.165-900, Brasília/DF,
vem, por seus advogados subscritos (Procuração anexa), à presença de Vossa Excelência,
com fundamento no art. 14, §9º da CF/88 e art. 22 da Lei Complementar 64/90 **apresentar**

1

PEDIDO DE INVESTIGAÇÃO

pelos fatos e argumentos que seguem, envolvendo o candidato **JAIR MESSIAS
BOLSONARO**, da **COLIGAÇÃO “BRASIL ACIMA DE TUDO, DEUS ACIMA DE
TODOS” (PSL / PRTB)**, CNPJ nº 31.214.261/0001-38, endereço no Setor SHN, Quadra
02, Bloco F, sala 1122, Edifício Executive Office Tower, Asa Norte, Brasília/DF, CEP nº
70702-906, e a empresa de estratégia digital **AM4 INFORMÁTICA LTDA. ME**, pessoa
jurídica de direito privado, CNPJ nº 03.99.463/0001-36, com endereço na Avenida Albo
Chiesse, 58, Centro, Barra Mansa/RJ, CEP nº 27.330-660.

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

I – RELATÓRIO

1. Através de notícia veiculada pelo jornal O Globo,¹ no dia 07 de outubro de 2018, os peticionantes tomaram conhecimento da estratégia digital de campanha da Coligação “Brasil Acima de Tudo, Deus Acima de Todos”.
2. A matéria (Anexo I) relata que a campanha do presidencial “*organizou milhares de seguidores na internet para tentar reverter episódios negativos*”, assim o faz mediante distribuição diária de conteúdo para cerca de 1.500 grupos de *Whatsapp*. Estes conteúdos, de acordo com o que descrito no artigo, seriam de apoio e de informações positivas sobre Bolsonaro. Simultaneamente, e em reação ao protesto #EleNão, há também a “*distribuição de vídeos sobre denúncias de corrupção contra Lula e Haddad*”.
3. O artigo também cita a criação do site *estoucombolsonaro.com.br* e desenvolvimento de aplicativo para que seguidores fizessem uma selfie com o candidato.
4. Através destas estratégias o candidato conquistou 6,9 milhões de seguidores no Facebook, 3,8 milhões no Instagram, números que saltam aos olhos, tendo em vista a média de seguidores de outros candidatos.
5. Ocorre que, conforme relatado pelos sócios da empresa à reportagem, apenas 15 pessoas formam o grupo de trabalho da empresa de estratégia digital. Em termos monetários, os números também surpreendem, atuando desde a pré-campanha a agência auferiu tão somente R\$ 100 mil. Dados estes que não se compatibilizam com o serviço prestado pela empresa.
6. Ademais, conforme a própria matéria assevera, a “*campanha também foi beneficiada por fake news contra adversários, embora não exista vinculação provada desses materiais com a campanha oficial*”.

¹ <https://oglobo.globo.com/brasil/time-digital-de-bolsonaro-distribui-conteudo-para-1500-grupos-de-whatsapp-23134588>

G. R. A.
Ernie

7. É fato público e notório que a disseminação de publicações que degradam, a partir de informações falsas, o candidato Fernando Haddad, a candidata Manuela D'Ávila e a Coligação “O Povo Feliz de Novo” é intensa, danosa e recorrente.

8. Tanto o é que a Coligação peticionante já provocou o c. TSE em várias oportunidades, requerendo direito de resposta e suspensão dos conteúdos falsos que mancham sua imagem. Desta forma, mais de 100 links – em diversas plataformas eletrônicas, os quais, no universo da internet, significam cerca de 150 mil compartilhamentos – foram tirados do ar.

9. Soma-se a estes fatos a declaração do sócio-fundador da AM4, Marcos Aurélio Carvalho, no sentido de que o trabalho da empresa também consiste na “*curadoria do conteúdo criado pelos apoiadores*”.

10. Desta forma, tudo leva a crer que a empresa de estratégia digital, bem como a campanha da Coligação “Brasil Acima de Tudo, Deus Acima de Todos”, pode ter envolvimento nessa rede de produção e circulação de informações falsas sobre a Coligação peticionante.

11. Tendo em vista os fatos e provas indicados, a peticionante fundamenta e requer o que se segue.

II – DO DIREITO

12. A presente petição tem como objeto evitar o desequilíbrio do pleito e o abuso do poder econômico, uma vez que tal prática tem potencial suficiente a comprometer o equilíbrio do pleito eleitoral de 2018.

13. Nesse sentido, pontuou a Ministra Nancy Andrighi:

[...]

2. O abuso de poder econômico ocorre **quando determinada candidatura é impulsionada pelos meios econômicos de forma a**

J.P. PBL
M
Bian

comprometer a igualdade da disputa eleitoral e a própria legitimidade do pleito. Já o uso indevido dos meios de comunicação se dá no momento em que há um desequilíbrio de forças decorrente da exposição massiva de um candidato nos meios de comunicação em detrimento de outros.

[...]

(RESPE Nº 470968, REL. MIN. NANCY ANDRIGHI, DE 10.05.2012)
(grifei)

14. O abuso de poder econômico, segundo Fernando Muniz Santos² (p.56), é

[...] decorrente de condutas comissivas **ou omissivas**, através das quais agente econômicos utilizam fatores de produção (capital, trabalhos, insumos ou conhecimento) de modo a distorcer o resultado do pleito eleitoral, com o objetivo de controlar tal resultado em proveito próprio, ascendendo ao poder ou nele perpetuando-se, por si próprios ou através de seus correligionários ou financiados. Abusa-se do poder, conforme CASTRO, Edson (P.277) quando **a utilização do poder econômico não viabiliza a campanha e sim opera como fonte de convencimento do eleitor**. Assim, o voto não atende a sua finalidade pessoal (direta), pois a escolha foi viciada pelo abusador. (grifamos e destacamos)

4

15. A “*potencialidade do ato lesivo*”, por sua vez, também é evidente. Uma vez que o emprego de montante de dinheiro público não declarado para campanha, bem como a utilização dessas ferramentas para disseminar informações inverídicas, configuram práticas significativamente capazes de causar influência no resultado das eleições.

16. O fato narrado – acaso apurado e comprovado por esta c. Justiça Eleitoral – beneficia diretamente o candidato Jair Bolsonaro em sua campanha, causando desequilíbrio no processo eleitoral.

² SANTOS, Fernando Muniz. **Abuso de poder econômico eleitoral: por uma definição complexiva desse instituto.** In: O abuso nas eleições. Coordenação: Antenor Demeterco Neto. São Paulo: Quartier Latin do Brasil, 2008.

Handwritten signatures and initials in blue ink, including "RFA", "JP", and "Crist".

III – DO PEDIDO

17. Desse modo, requer a Coligação “O Povo Feliz de Novo” o recebimento da presente petição, bem como a apuração dos fatos ora narrados e adoção das providências cabíveis.

Nestes termos, pede deferimento.

Brasília, em 16 de outubro de 2018.


Eugênio José Guilherme de Aragão

OAB/DF 4.935


Marcelo Winck Schmidt

OAB/DF 53.599


Miguel Filipi Pimentel Novaes

OAB/DF 57.469


Angelo Longo Ferraro

OAB/DF 37.922


Rachel Luzardo de Aragão

OAB/DF 56.668


Gabriel Brandão Ribeiro

OAB/DF 48.837


Carolina Freire Nascimento

OAB/DF 59.687

EXCLUSIVO PARA ASSINANTES

Time digital de Bolsonaro distribui conteúdo para 1.500 grupos de WhatsApp

Campanha do deputado organizou milhares de seguidores na internet para tentar reverter episódios negativos

Jussara Soares

07/10/2018 - 04:30 / 07/10/2018 - 11:45



○ candidato a presidente Jair Bolsonaro em campanha 05/09/2018 Foto: Givaldo Barbosa / Agência O Globo



Ouça este conteúdo

0:00



07:29

CONTINUA DEPOIS DA PUBLICIDADE

PUBLICIDADE

RIO — No início do período eleitoral, os míseros oito segundos de TV do candidato à Presidência do PSL, **Jair Bolsonaro**, eram considerados determinantes para que a empreitada do capitão do Exército se esfacelasse diante de candidaturas robustas, com mais espaço de propaganda. Não foram. Bolsonaro chega hoje à votação do primeiro turno como o líder das pesquisas de intenção de voto apoiado em uma estratégia digital que organizou milhares de seguidores na internet e os municiou de forma permanente com informações sobre a campanha e os principais adversários.

Um time de 15 pessoas, da empresa de estratégia digital AM4, é responsável por distribuir conteúdo para cerca de 1.500 grupos de WhatsApp, que, por sua vez, compartilham-no com outros inúmeros conjuntos de apoiadores em diversas redes sociais.

A estratégia digital é eficiente em reverter episódios negativos, uma máquina de transformar limões políticos em limonada eleitoral. No debate da RedeTV!, em 17 de agosto, Bolsonaro foi flagrado pelas câmeras com um lembrete escrito em sua mão: “pesquisa”, “armas” e “Lula”. A cola virou alvo de piada de eleitores de adversários. Em poucas horas, no entanto, seguidores de Bolsonaro surgiram nas redes com uma cola na mão exibindo o nome e o número do candidato do PSL. A ideia não foi espontânea. Os seguidores receberam estímulo nos grupos de WhatsApp para fazerem essas publicações.

RECEBA AS NEWSLETTERS DO GLOBO:

email@email.com.br

CADASTRAR

Já recebe a newsletter diária? [Veja mais opções](#)

#PTNãO contra #ElenãO

Após o atentado em Juiz de Fora que tirou Bolsonaro da agenda pública, a equipe digital do PSL também entrou em cena para estimular os apoiadores a assumirem a campanha, com o mote “Descanse, capitão. Deixe a campanha com a gente.” Um novo site (estoucombolsonaro.com.br) foi posto no ar, e um número de WhatsApp, divulgado para receber imagens de quem estava no local do ataque e até denúncias sobre o crime.

Enquanto Bolsonaro estava internado no Hospital Albert Einstein, em São Paulo, um aplicativo foi desenvolvido para que os apoiadores fizessem uma selfie com o candidato.

SAIBA MAIS

Fernando Haddad, o impulso e o peso de ser o ‘cara’ de Lula



Campanha polarizada atrai eleitores que não são obrigados a votar



Antes do atentado, boa parte do tempo de Bolsonaro nas agendas era dedicado a atender a pedidos de fotos.

Na ofensiva feminina que começou nas redes e ganhou as ruas com o protesto #EleNãO, a resposta foi um contra-ataque com #PTNãO, que consistia em distribuição de vídeos sobre denúncias de corrupção contra Lula e Haddad.

— A diferença dessa campanha é que as pessoas estão mais conectadas. No passado, a estratégia digital era baseada em tuitaço, contra e a favor, que não revertia em voto para ninguém — diz Marcos Aurélio Carvalho, sócio-fundador da AM4.

O ativo digital de Bolsonaro não é alcançado por nenhum outro político no país. No Facebook, a página de Bolsonaro reúne 6,9 milhões de seguidores, dez vezes mais que seu principal adversário nas urnas, Fernando Haddad (PT), com 689 mil. O ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, líder petista, tem 3,8 milhões. No Instagram, Bolsonaro reúne 3,8 milhões de seguidores, enquanto Haddad soma 418 mil, e Lula, 524 mil.

CONTINUA DEPOIS DA PUBLICIDADE

PUBLICIDADE

Bolsonaro e os três filhos mais velhos — o deputado estadual Flávio, o vereador Carlos e o deputado federal Eduardo, eleito por São Paulo — construíram a militância digital ao longo dos últimos quatro anos. Ao estilo influenciadores digitais, compartilham suas rotinas e polêmicas em fotos e vídeos com edições simples, a maior parte feita por Carlos. Ao contrário dos irmãos, o vereador não disputa um cargo nestas eleições e se encarrega pessoalmente de abastecer as redes sociais do pai. Aveso à imprensa, Carlos, segundo seus próprios irmãos, é o mentor da família Bolsonaro na internet. A campanha também foi beneficiada por *fake news* contra adversários, embora não exista vinculação provada desses materiais com a campanha oficial.

— Quem faz a campanha são os milhares de apoiadores voluntários espalhados por todo o país. Esse pessoal não foi motivado nos últimos dois meses, eles vêm sendo cativados há anos — diz Carvalho, da AM4, que dispensa o rótulo de “marqueteiro”. — Não existe esse cargo na campanha. O que fazemos é curadoria do conteúdo criado pelos apoiadores.

Presidente do PSL, Gustavo Bebianno diz que chegou a alertar Bolsonaro sobre o risco que a falta de tempo na TV, pela ausência de alianças, poderia representar à campanha. O candidato, porém, resolveu apostar na internet.

CONTINUA DEPOIS DA PUBLICIDADE

PUBLICIDADE

— Eu poderia dizer que tudo foi uma estratégia, mas a base de colaboradores da campanha e do partido é muito pequena. O fato é que 98% da presença na internet são orgânicos, (conteúdo) feito por antigos apoiadores de Bolsonaro — diz Bebianno.

Abastecimento diário

No primeiro turno, os estrategistas digitais desenvolveram sites e aplicativos para manter a militância mobilizada e com informações permanentes sobre a campanha.

Inicialmente, foi criado um grupo de WhatsApp por estado para reunir apoiadores que queriam receber conteúdos diretamente de Bolsonaro. Aos poucos, com o limite de membros no aplicativo, novos grupos surgiram, e, atualmente, são cerca de 1.500 abastecidos diariamente com material de campanha e informações que ajudam a desconstruir os adversários.

Aos grupos, são repassados informações sobre conteúdos negativos identificados por meio de monitoramento em tempo real de tudo o que é dito sobre Bolsonaro. O mapeamento verifica ainda o desempenho do candidato na televisão. No debate da TV Globo, na última quinta-feira, por exemplo, verificou-se que Bolsonaro, mesmo ausente, ganhou 35 mil novas curtidas no Facebook. O candidato do PDT, Ciro Gomes, o segundo com mais êxito em converter seguidores para sua rede, somou quatro mil.

A empresa de inteligência digital, contratada pelo PSL, atua desde a pré-campanha. Na convenção nacional do partido, o sócio da AM4 afirmou que, naquele momento, a participação era “como pessoa física”. Segundo prestações de contas ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE), a agência recebeu até agora R\$ 100 mil.



Rio é o estado com a maior área de risco para crimes eleitorais

Após campanha radicalizada, um país dividido vai às urnas

RECOMENDADAS PARA VOCÊ

Recomendado por



LINK PATROCINADO

Brasileiros investem nos EUA sem sair de casa

Toro Radar



LINK PATROCINADO

Mulher de 53 anos quase é presa por aparentar ter 21

Beleza Feminina



LINK PATROCINADO

Chegou a hora de comprar Ações da Petrobras? Veja agora

Toro Radar



LINK PATROCINADO

A mais lida da semana: o segredo asiático que obriga a pele a não ter rugas

blog.belezafeminina.me



LINK PATROCINADO

Dicas para recuperar a performance entre quatro paredes

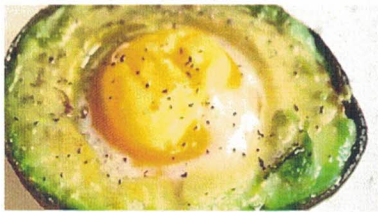
Jolivi



LINK PATROCINADO

Especialista explica como aprender idiomas em 20 minutos por dia

Babbel



LINK PATROCINADO

Os 3 Superalimentos Mais Poderosos da Terra!

MixGreen



LINK PATROCINADO

Austriacos descobriram a semente que diminui a próstata

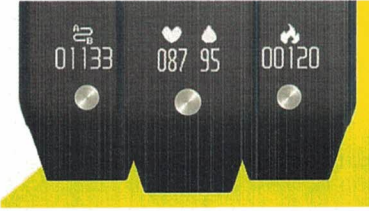
Jolivi



LINK PATROCINADO

Aos 54 anos ele descobriu um segredo que elevou a potência ao extremo

Homem Fora de Série



LINK PATROCINADO

SOMENTE HOJE! Relógio Inteligente com Monitor Cardíaco, para Android e iOS

Shelby Fit

ESPECIAL PUBLICITÁRIO



Foto: Divulgação

Retomada das pautas do turismo no Congresso

CNC

ESPECIAL PUBLICITÁRIO



Foto: Fabio Cordeiro

Atitudes positivas promovem desenvolvimento educacional

EDUCAÇÃO 360

MAIS DE BRASIL

VER MAIS

Ofertas

dafiti



dafiti



dafiti



dafiti



dafiti



dafiti



Dafiti 3 pares de tênis por R\$ 199*.

3 camisas por R\$99*
Escolha 3 blusinhas ou camisas e compre por...Dafiti 2 pólos por R\$ 149*.
Promoção por tempo limitado!

Bodies a partir R\$39 Seu outfit para o verão está aqui! A partir de R\$39*...

Dafiti Sua blusinha aqui na Dafiti com 60% OFF. Aproveite!

Dafiti 2 calças por R\$139* ou 3 por R\$199*. Você escolhe!

Comprar/R\$199*

Comprar

Comprar/R\$149*

Comprar

Comprar/60%OFF

Comprar/R\$139

SHOPPING

SMARTPHONE
ALCATEL A3 XL

5 X R\$99,80

INFORMÁTICA

SMARTPHONE
SAMSUNG GALAXY

12 X R\$94,58

ELETRÔNICOS

SMARTPHONE
DESBLOQUEADO

10 X R\$105,50

CELULARES

CELULAR NEW UP
DUAL CHIP COM

R\$99

ELETRDOMÉSTICOS

SMARTPHONE
MULTILASER MS801

10 X R\$78,30

JOGOS



Portal do Assinante · Agência O Globo · Fale conosco · Expediente · Anuncie conosco · Trabalhe conosco · Política de privacidade · Termos de uso

© 1996 - 2018. Todos direitos reservados a Editora Globo S/A. Este material não pode ser publicado, transmitido por broadcast, reescrito ou redistribuído sem autorização.

PROCURAÇÃO

Pelo presente instrumento particular de mandato, da **COLIGAÇÃO PARA A CANDIDATURA À PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA “O POVO FELIZ DE NOVO”**, composta pelo **Partido dos Trabalhadores - PT**, inscrito no CNPJ/MF sob o nº 00.676.262/0001-70, com sede no Setor Comercial Sul – Quadra 02 Bloco C nº 256, Edifício Toufic, 1º andar, CEP 70302-000 – Brasília/DF, **Partido Comunista do Brasil – Pc do B**, inscrito no CNPJ sob nº 54.956.495/0001-56, com sede na sala 1.224, do Edifício Office Tower, localizado no bloco F, da Quadra 2, do SHN, Asa Norete, Brasília/DF e **Partido Republicano da Ordem Social - PROS**, inscrito no CNPJ/MF sob o nº 12.952.205/0001-56, com sede no SHIS QL 26 Conj. 01, Casa 19, Lago Sul, Brasília-DF, **por meio da representante da Coligação, GLEISI HELENA HOFFMANN**, brasileira, casada, Senadora da República (PT/PR), RG nº 3996866-5 SSP/PR, CPF sob nº 676.770.619-15, endereço funcional na Esplanada dos Ministérios, Praça dos Três Poderes, Senado Federal, Ala Teotônio Vilela, gabinete 04, CEP 70.165-900, Brasília/DF, nomeia e constitui seus procuradores os advogados **EUGÊNIO JOSÉ GUILHERME DE ARAGÃO**, inscrito na OAB/DF sob o nº 4.935, **ANGELO LONGO FERRARO**, inscrito na OAB/SP nº 261.268 e OAB/DF nº 37.922, **FERNANDO ANTONIO DOS SANTOS FILHO**, OAB/MG nº 116.302 e OAB/DF 37.934, **RACHEL LUZARDO DE ARAGÃO**, OAB/MG nº 139.937 e OAB/DF 56.668, **MARCELO WINCH SCHMIDT**, OAB/DF nº 53.599 OAB/RS n.º 108.509A e **MIGUEL FILIPI PIMENTEL NOVAES**, OAB/DF nº 57.469; todos com e endereço profissional na SGA/Norte-601, Lote H, Edifício ION, Salas 2059 a 2064, CEP 70.830-018, Brasília/DF, outorgando-lhes amplos poderes, inerentes ao bom e fiel cumprimento deste mandato, para o fim de **representar a Coligação “O Povo Feliz de Novo” junto ao Tribunal Superior Eleitoral – TSE, no que diz respeito aos assuntos de seu interesse que possuam relação, direta ou indireta, com a Eleição Presidencial de 2018**, podendo, ainda, substabelecer com ou sem reserva de iguais poderes, agindo em conjunto ou separadamente e, enfim, a prática de todos e quaisquer outros atos necessários à proteção dos interesses da Outorgante.

Brasília/DF, 21 de agosto de 2018.



GLEISI HELENA HOFFMANN
Coligação “O Povo Feliz de Novo”