



**AO EXCELENTÍSSIMO MINISTRO ALEXANDRE DE MORAES DO SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL.**

**Inquérito n.º 4.933**

**GOOGLE BRASIL INTERNET LTDA.**, pessoa jurídica de direito privado devidamente qualificada nos autos em referência, vem a Vossa Excelência, por seus advogados, expor e requerer o que segue.

Trata-se de inquérito policial instaurado a pedido da Procuradoria Geral da República, para apurar a suposta prática dos crimes previstos nos artigos 359-L do Código Penal, 67 e 68 da Lei Federal 8.078/1990, 4º inciso I e 7º inciso VII da Lei Federal 8.137/1990.

De acordo com a manifestação do *Parquet*, teria sido realizado um estudo pelo NETLAB que *“sugere que a Google vem se aproveitando de sua posição de liderança no mercado de buscas para propagar suas ideias e influenciar negativamente a percepção dos usuários sobre o projeto de lei [2.630/2020] em prol de seus interesses comerciais, o que pode configurar abuso de poder econômico”*, e que a empresa *“tem lançado mão de toda sorte de artifícios em uma sórdida campanha de desinformação, manipulação e intimidação, aproveitando-se de sua posição hegemônica no mercado”*.

Afirma também que em razão de campanha publicitária e de frases e textos publicados pela PETICIONÁRIA em sua *homepage* e em seu *blog* oficial, a companhia estaria fomentando *“seus usuários a pressionarem os congressistas, ao disponibilizar link (a palavra ‘aqui’) que remete diretamente ao Portal da Câmara dos Deputados”*.

E também que, “*em decorrência da campanha de desinformação levada a cabo pelas big techs e a replicação em massa das mensagens por seus usuários, houve uma sobrecarga considerável nos serviços de TI da Câmara dos Deputados, com a ocorrência de instabilidade no portal e nos principais sistemas de apoio aos trabalhos legislativos, como o Infoleg, inscrição de oradores e apresentação de proposições, o que afetou adversamente os trabalhos legislativos*”.

No dia 15.6.2023, então, os Srs. FÁBIO COELHO e MARCELO LACERDA, respectivamente Diretor Presidente e Diretor de Relações Governamentais e Políticas Públicas da PETICIONÁRIA, foram ouvidos por Vossa Excelência, oportunidade em que esclareceram alguns pontos relevantes a respeito dos fatos.

Nesse contexto, entende-se pertinente tecer alguns esclarecimentos adicionais, para melhor compreensão do quanto apurado.

## 1. SOBRE AS MANIFESTAÇÕES INSTITUCIONAIS DA COMPANHIA

Inicialmente, é importante esclarecer que a PETICIONÁRIA e seus representantes **jamais** incentivaram ou participaram, de qualquer forma, de atos de disseminação de desinformação, discursos de ódio, apologia a crimes ou qualquer tipo de ataques a instituições públicas.

Também, como já exposto nos depoimentos supramencionados, a PETICIONÁRIA jamais realizou campanha difamatória contra o referido projeto de lei, na medida em que, inclusive, **sequer** é contrária à criação de leis destinadas a regulamentar os serviços prestados pelos provedores de aplicações de internet.

Com efeito, como afirmado publicamente pela PETICIONÁRIA: “O



*Google trabalha todos os dias para oferecer aos brasileiros informações e produtos confiáveis, combater a disseminação de desinformação, remover conteúdo ilegal quando tomamos conhecimento sobre ele e continuar o diálogo com os diversos setores da sociedade interessados nessas questões. É por isso que apoiamos fortemente os objetivos do Projeto de Lei 2630/2020, mais conhecido por PL das Fake News”<sup>1</sup>.*

As manifestações da PETICIONÁRIA, seja por meio de textos em seu *blog*, seja por meio de frases na *homepage* oficial da companhia, sempre tiveram o objetivo de **fomentar o debate** para uma melhor reflexão e maturação do texto legislativo que, a seu ver, ainda merecia aprimoramentos.

A título exemplificativo, um dos pontos que a companhia entende demandar reflexões adicionais trata da remuneração de conteúdo jornalístico. Por exemplo, a amplitude ou imprecisão dos critérios para o reconhecimento de conteúdos dessa natureza pode acabar por estimular a promoção de desinformação, por meio de publicações pretensamente jornalísticas, mas que na realidade divulgam inverdades, o que não raro ocorre no mundo digital.

É importante esclarecer, ainda, que o termo “*PL da Censura*” jamais foi utilizado em suas manifestações, mesmo que sua eventual utilização também representasse manifestação **legítima** no âmbito da garantia à liberdade de expressão.

Nessa linha, sabe-se que a Constituição da República não proíbe pessoas ou entidades de emitirem opiniões favoráveis ou contrárias a projetos de lei ou quaisquer atos do Poder Público. Ao contrário, **é exatamente esse** o papel de cidadãos em uma democracia saudável e consolidada, bem como o que está garantido a todos no artigo 5º, incisos IV e IX da Constituição da República.

Manifestações em temas de interesse público devem ser permitidas **ainda que para criticar** a legislação vigente e defender sua modificação, inclusive em temas

<sup>1</sup> <https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/como-o-pl-2630-pode-piorar-a-sua-internet/>

sensíveis.

Ainda com mais razão, portanto, esse direito deve ser estendido a discussões no âmbito do Congresso Nacional. Até porque a previsão do direito fundamental da liberdade de expressão sequer seria necessária se apenas se destinasse a manifestações elogiosas, conforme ampla jurisprudência do Supremo Tribunal Federal colacionada abaixo.

## 2. SOBRE A FERRAMENTA DE BUSCA DA GOOGLE

Relativamente ao Buscador da Google, também é importante esclarecer que **jamais** houve qualquer movimento no sentido de beneficiar conteúdos específicos, conforme aparentemente indica o relatório divulgado pelo NETLAB.

Como exposto pela PETICIONÁRIA nos autos do Inquérito 4.781, a Busca da Google é uma ferramenta automatizada de indexação de páginas disponibilizadas na internet, que tem como função organizar e catalogar informações. Deste modo, quando o usuário realiza uma busca por meio de palavras-chave, a ferramenta automatizada analisa **bilhões** de páginas e seleciona informações que considera úteis ao usuário.<sup>2</sup>

Assim, a Busca da Google **não** hospeda conteúdo, mas apenas indexa e apresenta a relação de páginas hospedadas por terceiros.

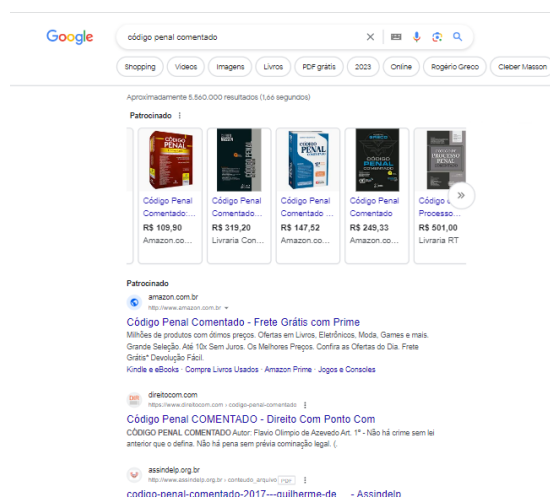
Essa ferramenta de indexação é dinâmica e pondera diversos fatores e sinais para produzir o resultado de uma consulta, como a relevância, a qualidade, a usabilidade das páginas, o contexto da pesquisa e a data do conteúdo. Essa lista de resultados é conhecida como **busca orgânica**<sup>3</sup>. Uma vez que os resultados são automáticos e estruturados a partir de uma

<sup>2</sup> <https://www.google.com/search/howsearchworks/how-search-works/organizing-information/>

<sup>3</sup> <https://support.google.com/google-ads/answer/6054492?hl=pt-BR>

combinação de fatores pré-definidos, **não é possível** que usuários alterem a ordem de apresentação dos resultados orgânicos, seja por meio de pagamentos, seja por qualquer outra forma.

Por sua vez, os resultados constantes da busca não orgânica são **anúncios pagos**. Nestes casos, o resultado contratado é listado antes dos resultados da pesquisa orgânicos, sendo devidamente **acompanhado do termo “patrocinado”**, conforme se pode verificar no exemplo abaixo:



A insígnia “patrocinado” deixa claro que o texto exibido nesses espaços é de responsabilidade do respectivo anunciante e não da PETICIONÁRIA. Importante mencionar, ainda, que a PETICIONÁRIA preza por um ecossistema de publicidade digital saudável, transparente e confiável para usuários, anunciantes e editores e, por isso, foram criadas políticas de publicidade que devem ser seguidas pelos anunciantes.<sup>4</sup>

Esses mecanismos, por sua vez, não possuem qualquer relação com os *links* eventualmente apresentados pela PETICIONÁRIA em sua *homepage*, que **não é um espaço publicitário**, tampouco é comercializado ou cedido a terceiros.

<sup>4</sup> <https://support.google.com/adspolicy/answer/6008942?hl=pt-BR&sjid=10669874313489340219-SA>

Referido espaço é usualmente utilizado pela PETICIONÁRIA para manifestar sua opinião institucional em relação a assuntos que considera pertinentes, para promover iniciativas que considera relevantes, para apoiar a conscientização em relação a temas como diversidade e inclusão, educação, cidadania, cultura e desenvolvimento econômico, dentre outros.<sup>5</sup>

### 3. SOBRE AS FERRAMENTAS DE PREVENÇÃO A CONTEÚDOS NOCIVOS E DESINFORMATIVOS

Cumprir destacar também que **todas** as determinações exaradas por Vossa Excelência nos autos do Inquérito 4781, que precedeu o presente, foram devidamente cumpridas, oportunidade em que também foram apresentadas importantes considerações a respeito de ações da PETICIONÁRIA para prevenir, mitigar e retirar práticas ilícitas de terceiros no âmbito de seus serviços e no combate à desinformação de conteúdos gerados por terceiros.

A Google emprega grandes esforços e recursos no desenvolvimento e aperfeiçoamento de ferramentas e mecanismos voltados a promover a segurança e bem-estar de seus usuários. As plataformas da Google têm **políticas de uso** robustas que delimitam a forma como as pessoas e empresas podem utilizar os produtos e isso inclui o combate a conteúdo que seja considerado danoso ou nocivo na forma de suas políticas de uso, tanto por meio de ações de remoção desse material quanto de redução do alcance de conteúdos limítrofes.

Relativamente à identificação de conteúdo indevido, a PETICIONÁRIA utiliza tecnologias de inteligência artificial e de revisão humana, além de disponibilizar, em todos os seus produtos, canais abertos para que usuários e instituições denunciem tais conteúdos.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Como feito pela Peticionária em conexão com campanhas de vacinação, falecimentos de Pelé e Rainha Elizabeth, homenagem aos profissionais de saúde que enfrentaram a pandemia de Covid-19, entre outros.

<sup>6</sup> <https://support.google.com/legal/troubleshooter/1114905?hl-pt-BR>

Quanto à ferramenta de anúncios, há políticas de publicidade bem definidas que abrangem quatro áreas amplas: **conteúdo proibido**, que não podem ser anunciados (como produtos falsificados, serviços perigosos etc.; **práticas proibidas**, que o anunciante não pode realizar ao anunciar na plataforma, **conteúdos restritos**, que podem ser anunciados com determinadas limitações (como anúncios de bebidas alcoólicas), e; **editorial e técnico**, consistente em padrões de qualidade para anúncios, sites e aplicativos.<sup>7</sup>

Ainda, nos últimos anos a PETICIONÁRIA desenvolveu uma série de novas medidas para enfrentar a desinformação no ambiente de publicidade, como as políticas contra declarações não confiáveis durante o processo eleitoral. Somente em 2022, em razão dessas políticas, a PETICIONÁRIA bloqueou e removeu mais de **51,2 milhões** de anúncios por conteúdo inadequado,<sup>8</sup> incluindo discurso de ódio, violência e declarações prejudiciais sobre saúde, além de **20,6 milhões** de anúncios de produtos e serviços perigosos, incluindo armas e explosivos.<sup>9</sup>

Mas não apenas isso. No YOUTUBE, a PETICIONÁRIA também desenvolveu sistemas, como o programa de *Trusted Flaggers*, através do qual autoridades e ONGs podem informar o YouTube sobre conteúdos que violam as diretrizes da comunidade.<sup>10</sup> A título exemplificativo, somente no 4º trimestre de 2022 foram removidos quase **3 milhões** de vídeos de conteúdo violento, explícito, abusivo, de incitação ao ódio, extremista ou de atos perigosos, além de quase **2 milhões** de vídeos que violaram a política de segurança infantil.

#### 4. SOBRE OS DELITOS INDICADOS PELA N. PROCURADORIA GERAL DA REPÚBLICA

Por fim, importa tecer algumas considerações sobre os tipos penais

<sup>7</sup> <https://support.google.com/adspolicy/answer/6008942>

<sup>8</sup> [https://support.google.com/adspolicy/answer/6015406?hl=ptBR&ref\\_topic=1626336&sjid=4630583013553619236-SA](https://support.google.com/adspolicy/answer/6015406?hl=ptBR&ref_topic=1626336&sjid=4630583013553619236-SA)

<sup>9</sup> <https://blog.google/intl/pt-br/produtos/relatorio-de-seguranca-de-publicidade-online-2022/>

<sup>10</sup> <https://support.google.com/youtube/answer/7554338?hl=pt-BR>





indicados pela n. PGR em sua manifestação.

a) Crime Contra as Instituições Democráticas

*“Art. 359-L, CP. Tentar, com emprego de violência ou grave ameaça, abolir o Estado Democrático de Direito, impedindo ou restringindo o exercício dos poderes constitucionais:*

*Pena — reclusão, de quatro a oito anos, além da pena correspondente à violência”.*

Como se sabe, trata-se de crime inserido no Código Penal pela Lei Federal 14.197/2021, que inaugurou o Título XII – Dos Crimes Contra o Estado Democrático de Direito. Conforme indica a própria redação legal, trata-se de crime de atentado, ou seja, que traz a figura da tentativa como elemento do tipo.

A figura típica, assim, prevê o mero “tentar” abolir o Estado de Direito para sua consumação. São dois, portanto, seus principais requisitos: (i) a presença do *dolo específico*, consistente em objetivar abolir o Estado Democrático de Direito, e (ii) o meio pelo qual se objetiva o resultado deve ser *a violência ou a grave ameaça*, podendo ser a primeira “*física ou moral*”, e a segunda a “*promessa feita pelo sujeito ativo de um mal injusto e grave feita a alguém, violando sua liberdade psíquica*”.<sup>11</sup>

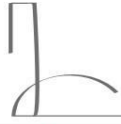
Veja-se, nesse sentido, recente trecho de julgado da e. Suprema Corte:

*“Por outro lado, a conduta descrita no tipo do art. 359-L, do Código Penal, introduzido pela Lei 14.197/2021, consiste em tentar, com emprego de violência ou grave ameaça, abolir o Estado Democrático de Direito, impedindo ou*

---

<sup>11</sup> Cezar Roberto Bitencourt: Tratado de Direito Penal, V. 2, Parte Especial. São Paulo: Ed. Saraiva, 2020, p. 1255/1258 (livro digital).





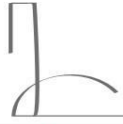
*restringindo o exercício dos poderes constitucionais. A tentativa se caracteriza pela busca, sem êxito, de se atingir o objetivo da abolição (eliminação, supressão) do Estado Democrático de Direito. O meio empregado é a violência (força física) ou a grave ameaça (coação moral, intimidação grave). E, para se alcançar a finalidade a que se refere o tipo penal, o agente deve atuar de forma a impedir (impossibilitar, obstar) ou a restringir (cercear, limitar) o exercício dos poderes constitucionais’.* Segundo Recebimento de Denúncia no Inquérito 4.922, Trecho do voto do Ministro Nunes Marques, J. 26.4.2023, Plenário.

No caso dos autos, é evidente que **não estão presentes** os requisitos indicados. As manifestações da PETICIONÁRIA, como dito, representam mero exercício, livre e democrático, de seu direito à liberdade de expressão, não podendo ser confundido com qualquer tipo de infração penal violenta com intenção anti-democrática.

Ao contrário do que prevê o tipo penal indicado, as manifestações da PETICIONÁRIA objetivam o **fortalecimento** do Estado Democrático por meio do debate, exposição de ideias, engajamento político, representando a verdadeira **antítese** do delito mencionado.

Assim, o fato de tais manifestações terem causado a alegada “*sobrecarga considerável nos serviços de TI da Câmara dos Deputados, com a ocorrência de instabilidade no portal e nos principais sistemas de apoio aos trabalhos legislativos, como o Infoleg, inscrição de oradores e apresentação de proposições, o que afetou adversamente os trabalhos legislativos*”, não as transforma em típicas.

A uma, porque não preenchem automaticamente o necessário dolo específico ou as elementares do delito. A duas, porque não se pode atribuir a terceiros a responsabilidade pela eventual ineficiência dos servidores e sistemas de TI da Câmara Federal.



b) Crimes do CDC (Contra a Ordem Consumeira)

(b.1) Art. 67, Lei 8.078/90. “Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva:

*Pena Detenção de três meses a um ano e multa”.*

Em relação a este crime, conforme se observa da redação do tipo penal, três são suas principais elementares objetivas: *anúncio, enganabilidade e abusividade*.

A doutrina especializada entende como anúncio “*a forma ou instrumento de manifestação*” da publicidade, sendo obrigatória a existência de 2 requisitos: “*ser de natureza profissional, isto é, criado e produzido por pessoas com conhecimento de marketing*”, e “*não acompanhar, fisicamente, o produto ou serviço*”.<sup>12</sup>

A enganabilidade, por sua vez, é representada pela existência de uma falsidade, seja ela total ou parcial, ou uma ambiguidade naquilo que é anunciado.<sup>13</sup>

A abusividade, por fim, é o elemento normativo do tipo, cuja interpretação caberá ao juiz. Pode ser entendida como aquela que “*utiliza-se de recursos considerados indevidos, seja per se (ataque a valores ambientais, discriminação, violência), seja em relação aos seus destinatários (crianças)*”<sup>14</sup>.

De acordo com a representação da PGR pela instauração deste inquérito policial, as condutas investigadas seriam (i) a publicação, na página inicial do buscador, da frase “*o PL das fake news pode aumentar a confusão sobre o que é verdade ou mentira no Brasil?*”, e (ii) a

<sup>12</sup> Claudia Marques, Antonio Herman e Bruno Miragem: Comentários ao Código de Defesa do Consumidor, 7ª Ed. São Paulo: RT, 2022.

<sup>13</sup> Idem.

<sup>14</sup> Idem.



publicação de textos em seu blog institucional, nos quais haveria afirmações falsas no sentido de que “o PL n. 2.630/2020 aumenta a desinformação e busca proteger quem a produz”, “há necessidade de melhorar o texto do projeto de lei” e “saiba como o PL 2630 pode piorar a sua internet”.

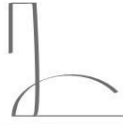
Essas condutas são claramente atípicas para o crime indicado.

Em primeiro lugar, **inexiste relação econômica de consumo nessas ações**. Conforme explicado acima, o espaço existente na *homepage* da PETICIONÁRIA é espaço destinado a publicações institucionais em determinadas ocasiões excepcionais, e não possuem caráter publicitário. O mesmo pode ser dito em relação às publicações no *blog* da empresa, que constitui espaço institucional onde temas e opiniões são expostos, sem qualquer relação financeira ou publicitária.

Adicionalmente, **nenhuma** das três elementares do tipo penal estão presentes: como acima detalhado, os textos não constituem *anúncio*, não possuem a característica da *enganosidade*, nem tampouco da *abusividade*.

E, assim como no crime analisado anteriormente, aqui também é importante dizer que condutas que denotem o **mero exercício da liberdade de expressão** não devem ser confundidas com publicações falsas ou enganosas para fins legais, ainda que determinada pessoa discorde de seu conteúdo:

*“(…) [A] liberdade de expressão, considerada em seu mais abrangente significado, traduz, ela própria, o fundamento que nos permite formular ideias e transmiti-las com o intuito de provocar a reflexão em torno de temas que podem revelar-se impregnados de elevado interesse social. As ideias, Senhor Presidente, podem ser fecundas, libertadoras, subversivas ou transformadoras, provocando mudanças, superando imobilismos e rompendo paradigmas até então*



*estabelecidos nas formações sociais. É por isso que a defesa, em espaços públicos, da legalização das drogas, longe de significar um ilícito penal, supostamente caracterizador do delito de apologia de fato criminoso, representa, na realidade, a prática legítima do direito à livre manifestação do pensamento, propiciada pelo exercício do direito de reunião, sendo irrelevante, para efeito da proteção constitucional de tais prerrogativas jurídicas, a maior ou a menor receptividade social da proposta submetida, por seus autores e adeptos, ao exame e consideração da própria coletividade” (STF, DJ 29.5.2014, ADPF 187, Rel. Min. Celso de Mello).*

Nesse sentido, apenas a título de argumentação, ainda que o objeto da investigação pudesse se expandir para além do indicado na representação da PGR e replicado alguns parágrafos acima, ou seja, para os anúncios feitos por terceiros por meio de anúncios pagos, ou para os anúncios contratados pelo PETICIONÁRIA em outros veículos, também essas condutas são inequivocamente atípicas.

(b.2) Art. 68, Lei 8.078/90. “Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança:  
Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa”.

Da redação do tipo, observa-se que os crimes dos artigos 67 e 68 se diferem por uma característica central: o primeiro pune *qualquer* tipo de publicidade abusiva, *exceto uma*, justamente aquela perigosa ou prejudicial à saúde e segurança do consumidor, para a qual existe o segundo tipo penal, especial e mais severamente apenado.

Assim, diferentemente do primeiro, o segundo tipo tutela apenas a *relação jurídica de consumo sanitária*. Essa característica já nos permite concluir, de plano, para além das



outras expostas anteriormente, pela inexistência de subsunção das condutas investigadas ao tipo do artigo 68.

c) Crimes Contra a Ordem Econômica e as Relações de Consumo  
(Lei 8.137/90)

(c.1) Art. 4º, Lei 8.137/90. “*Constitui crime contra a ordem econômica:*

*I - abusar do poder econômico, dominando o mercado ou eliminando, total ou parcialmente, a concorrência mediante qualquer forma de ajuste ou acordo de empresas.*

*Pena — reclusão, de 2 (dois) a 5 (cinco) anos e multa”.*

Relativamente à conduta prevista no art. 4º da Lei 8.137/90, ela é atrelada ao mau uso do poder econômico, por meio de um *desvirtuamento* da faculdade de tomar certas decisões, em detrimento de terceiros. Mais do que isso, a *ação* deve estar dirigida “*a dominar o mercado, ou eliminar, total ou parcialmente, a concorrência, ou seja, esse é o especial fim de agir consubstanciado nesse dispositivo*”.<sup>15</sup>

Adicionalmente, a ação deve ocorrer por meio de *ajuste* ou *acordo* entre empresas, entendendo-se por *ajuste* o acordo livre e consciente, feito entre empresas, com o objetivo de praticar um fato punível, e por *acordo* uma convenção de vontades para a efetivação do ato.<sup>16</sup>

Assim, para além das considerações a respeito da livre manifestação de pensamento, que jamais pode ser tida como criminosa, considerando a necessidade da existência do *dolo específico* de dominar o mercado com a ação, bem como a existência de *ajuste* ou *acordo* entre empresas para alcançar este fim, são desnecessárias maiores considerações para se concluir que a conduta analisada também é atípica para este delito.

<sup>15</sup> Luiz Regis Prado. Direito Penal Econômico, 4ª Edição. São Paulo: RT, P. 46.

<sup>16</sup> Idem.



(c.2) Art. 7º, Lei 8.137/90. “*Constitui crime contra as relações de consumo:*  
*VII - induzir o consumidor ou usuário a erro, por via de indicação ou afirmação*  
*falsa ou enganosa sobre a natureza, qualidade do bem ou serviço, utilizando-se de*  
*qualquer meio, inclusive a veiculação ou divulgação publicitária.*  
*Pena — Pena - detenção, de 2 (dois) a 5 (cinco) anos, ou multa”.*

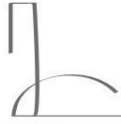
Por fim, relativamente a este tipo penal, da mesma forma que os crimes do CDC analisados acima, no caso debatido *inexiste relação econômica de consumo*. O que há, na verdade, são publicações institucionais que não caracterizam publicidade ou propaganda.

Também são ausentes *todas* as elementares do tipo penal colacionado. Não há *qualquer induzimento, indicação, afirmação falsa ou enganosa*. Mais do que isso: não há qualquer *bem* ou *serviço* na relação jurídica analisada. Isso significa dizer que, ainda que se considerassem falsas ou enganosas as afirmações feitas pela companhia a respeito das consequências da aprovação do PL 2.630, elas não fazem referência a bens ou serviços.

Também aqui é importante dizer que, ainda que o objeto da investigação se expandisse para os anúncios (de terceiros ou do Google), as condutas também seriam atípicas por representarem mero exercício da liberdade de expressão, conforme amplamente demonstrado.

## 5. PEDIDO

Feitos esses esclarecimentos, e tendo a certeza de ter **contribuído** para debate democrático de ideias, e **não o contrário**, a PETICIONÁRIA requer a Vossa Excelência que seja analisada a procedência do arquivamento do presente inquérito policial, após ouvida a d. PGR, uma vez que **não há quaisquer atos criminosos a serem investigados**.



bottini & tamasauskas  
advogados

Por fim, relativamente ao ofício nº 2336053/2023 - CINQ/CGRC/DICOR/PF, a PETICIONÁRIA esclarece que permanecem preservadas as publicações ali indicadas, bem como que os responsáveis por elas foram devidamente indicados no depoimentos realizados em 15.6.2023.

Brasília, 4 de julho de 2023.

Pierpaolo Cruz Bottini  
OAB/SP 163.657

Aldo Romani Netto  
OAB/SP 256.792