

Indicação de URL é imprescindível para remover conteúdo

A identificação clara e específica do conteúdo apontado como infringente não basta para a remoção de conteúdo da internet. Para que seja válido, é imprescindível a indicação do localizador URL da matéria apontada como inapropriada.

Divulgação



STJ reformou decisão que obrigou Mercado Livre a retirar anúncio de cosméticos de uso profissional Reprodução

O entendimento foi aplicado, por maioria, pela 3ª Turma do Superior Tribunal de Justiça ao reformar decisão do Tribunal de Justiça de São Paulo que obrigava o Mercado Livre a retirar anúncio de cosméticos de uso profissional.

"É imprescindível a indicação do localizador URL para remover conteúdos infringentes da internet. Trata-se, inclusive, de um elemento de validade para uma ordem judicial dessa natureza. Dessa forma, a identificação clara dos produtos materiais, físicos, produzidos pela recorrida, que devem ser proibidos de comercialização por meio da plataforma de vendas da recorrente, é claramente insuficiente", concluiu a ministra Nancy Andrighi, autora do voto vencedor.

O caso envolve produtos cosméticos que, segundo a fabricante, só poderiam ser vendidos a profissionais por representantes autorizados de forma presencial e exclusivamente no atacado, pois vinculam os profissionais do ramo cabeleireiro à participação em curso sobre a utilização dos produtos, sendo proibida a venda direta aos consumidores finais.

Alegou ainda que seus produtos são registrados conforme as orientações técnicas do Ministério da Saúde e da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), mas, se guardados ou aplicados de forma errada, podem causar danos à saúde dos consumidores.

A ministra Nancy Andrighi, cujo entendimento prevaleceu no julgamento do STJ, lembrou que, de fato, a Anvisa reconhece a existência de produtos que não podem ser vendidos diretamente ao público e devem ser manuseados somente por profissionais. Porém, segundo ela, não ficou provado no caso se a alegação de nocividade dos produtos tem a ver com proteção ao consumidor ou apenas com uma questão contratual relacionada à distribuição dos cosméticos.

"Aceitou-se nos autos a mera afirmação da recorrida, sem possibilidade de contraditório ou admissão de prova em contrário, segundo a qual seus produtos se enquadrariam nesta categoria, ignorando-se a possibilidade de se tratar de estratégia comercial da fornecedora de cosméticos, e não de observância das regras regulamentares do setor de vigilância sanitária", afirmou a ministra.

Ela também destacou que, caso o produto da empresa fosse tão potencialmente lesivo, "sequer deveria estar posto à comercialização, mesmo para os profissionais da estética".

Nancy Andrighi comentou que, uma vez vendidos para seus distribuidores, a fabricante não tem o poder legal de impedir que os produtos sejam comercializados no mercado secundário; no máximo, dependendo de quem fosse o vendedor, essa comercialização poderia implicar um ilícito contratual, mas o Mercado Livre, provedor do serviço de vendas, "certamente não faz parte" dessa relação.

Sobre a indicação da URL, a ministra citou precedentes do Superior Tribunal de Justiça definindo que é imprescindível. "Praticamente toda a jurisprudência do STJ e a legislação em vigor apontam para a necessidade de identificação do material digital a ser removido e, portanto, daí exsurge a imprescindibilidade da indicação dos localizadores uniformes, normalmente designados como URLs, para a identificação do conteúdo infringente". *Com informações da assessoria de imprensa do STJ.*

REsp 1.654.221

Date Created

29/01/2020