

ARTIGO

Responsabilidade das plataformas digitais: O que muda no combate à pirataria após julgamento do artigo 19 pelo STF



por **David Fernando Rodrigues**

“ —

Com decisão do STF sobre o MCI, marketplaces e redes sociais perdem imunidade irrestrita e entramos em nova fase de compliance digital e pressões civis e comerciais.”





O julgamento dos Recursos Extraordinários (RE) 1037396 e 1057258 (Temas 987 e 533 de repercussão geral) consagrou nova interpretação para o art. 19 do MCI, considerado “blindagem excessiva” frente aos riscos contemporâneos da internet. A Corte declarou a **inconstitucionalidade parcial e progressiva** da norma, por não assegurar proteção suficiente a direitos fundamentais e à democracia.

Sob o novo entendimento, o regime de responsabilidade civil das plataformas passa a obedecer a três regimes diferenciados, conforme o caso concreto:

a) Conteúdos gerados por usuários comuns: O regime tradicional de notificação e remoção judicial agora se aplica apenas a crimes contra a honra, nos quais as plataformas só são responsabilizadas se descumprirem ordem judicial prévia.

b) Conteúdos patrocinados e impulsionados artificialmente: As plataformas passam a ter presunção de conhecimento sobre conteúdos que promovem, impulsionam ou distribuem artificialmente por meio de robôs, algoritmos ou redes automatizadas.

c) Dever de diligência proativa em crimes graves: Reconhecimento de que determinadas categorias de ilícitos exigem postura ativa e preventiva das plataformas, dada a gravidade social e o risco sistêmico envolvido.

Nestas situações, as plataformas deverão manter processos, tecnologias e fluxos adequados ao “estado da técnica”, inclusive com mecanismos automatizados e humanos de moderação, relatórios anuais de transparência e representação jurídica no Brasil com canal de contato acessível.

Com o novo marco, torna-se viável pedir remoções imediatas com base em denúncias e notificações extrajudiciais, solicitar indenizações por danos e até exigir compliance institucional das plataformas.



Para empresas, marcas e advogados, o momento impõe ação imediata: estruturar processos de monitoramento, notificação de infrações e eventual responsabilização civil; registrar evidências com precisão (URLs, data/hora, capturas de tela, contexto de anúncios impulsionados); e, sobretudo, exigir que plataformas internalizem padrões de compliance. O período de adaptação será decisivo.