

**A RESPONSABILIDADE DAS PLATAFORMAS DIGITAIS NO COMBATE À
CONTRAFAÇÃO E PIRATARIA**

Eduardo Affonso De Santis M. de F. Mello
Advogado

1 – A Digitalização do Ilícito: Um Novo Desafio para o Setor

O combate à contrafação e à pirataria é uma pauta histórica do Sistema Comércio. No entanto, com a ascensão do comércio eletrônico, principalmente com a utilização de *marketplaces* e redes sociais para a venda de produtos, a dinâmica do ilícito se transformou.

A facilidade e o anonimato proporcionados pelos *marketplaces* têm sido amplamente explorados por criminosos para comercializar produtos falsificados e pirateados. Esse cenário representa uma ameaça bilionária para o comércio formal, pois causa perdas de faturamento para as empresas que operam legalmente, enfraquece a credibilidade das marcas e prejudica a arrecadação de impostos.

Diante desse contexto, o papel das plataformas digitais e a sua responsabilidade jurídica no combate a essa prática são um desafio para a proteção dos interesses do setor.

2 – Riscos e Impactos para o Sistema Comércio

O falho combate à contrafação e à pirataria gera riscos significativos e multifacetados para o Comércio, dentre os quais podemos citar:

Concorrência Desleal e Perda de Receita: Sua baixa qualidade, o baixo custo de produção e o não pagamento de tributos resultam em um preço muito abaixo do mercado cobrado por produtos ilegais vendidos. Isso cria uma concorrência desleal, forçando empresas legítimas a reduzirem margens de lucro ou a perderem vendas para o mercado informal, gerando perdas bilionárias anualmente para o setor.

Danos à Reputação e à Credibilidade: A venda de produtos falsificados em *marketplaces* ou redes sociais associadas a marcas legítimas pode confundir o consumidor, que, ao adquirir um produto de má qualidade, transfere a insatisfação para a marca original. Esse cenário danifica a imagem da marca e reduz a confiança do consumidor.

Impactos na Cadeia de Suprimentos: A presença de produtos falsificados afeta toda a cadeia de suprimentos, desde a indústria até o varejo. A falta de controle sobre a origem dos produtos compromete a qualidade e a segurança, podendo gerar problemas de saúde pública e de segurança para os consumidores.

3 – A Análise Jurídica da Responsabilidade das Plataformas

Para entendermos a responsabilidade das plataformas, precisamos interpretar o ordenamento jurídico brasileiro, principalmente o Marco Civil da Internet (MCI), o Código de Defesa do Consumidor (CDC) e a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

Apesar da argumentação de que *marketplaces* atuam apenas como intermediárias nas vendas, sem qualquer responsabilidade solidária nos negócios realizados, a jurisprudência e a doutrina têm entendido que essas plataformas não podem ser consideradas totalmente passivas, pois lucram com as transações e fornecem uma espécie de curadoria sobre os produtos comercializados em seus ambientes.

Portanto, ao auferirem receita sobre as transações e ao exercerem controle sobre o ambiente digital, as plataformas se submetem ao dever de diligência, devendo adotar medidas proativas para evitar a venda ilícita.

A **identificação e validação de vendedores**: é importante para dificultar a venda por intermédio de perfis falsos, que dificultariam a identificação. Para tanto, se faz necessário exigir dados cadastrais completos e verificados de todos os vendedores, dificultando a atuação de criminosos que se escondem por trás de perfis falsos.

Da mesma forma, muito importante a utilização de **mecanismos de denúncia eficazes**, por meio de canais de denúncia de fácil acesso, claros e rápidos, com a imediata suspensão de anúncios suspeitos.

As **tecnologias de detecção**, por meio do uso da Inteligência Artificial para identificar e remover automaticamente anúncios de produtos falsificados ou pirateados, também são investimentos de suma importância para a segurança do mercado online.

A teoria do risco da atividade e o dever de mitigar danos se aplicam diretamente a esse contexto.

O texto do Artigo 19 do Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/14) diz que as plataformas são isentas de responsabilidade por conteúdo gerado por terceiros, a menos que, após ordem judicial, deixem de removê-lo. No entanto, a aplicação do dispositivo em casos de pirataria e contrafação precisa ser intensamente debatida, para impedir a possibilidade de lucro

por venda ilícita de produtos.

4 – Conclusão e Propostas de Atuação

O Sistema Comércio deve agir proativa e estrategicamente para fortalecer o combate à contrafação e à pirataria de produtos no ambiente digital.

A legislação atual, embora tenha avançado, ainda é insuficiente para coibir a prática de forma efetiva. Há que se buscar, portanto, a criação de um Marco Regulatório específico para os *marketplaces* e outros canais de venda online, definindo o dever de diligência das plataformas e sanções para o descumprimento dessas obrigações, bem como a formalização das empresas que fixam seus mercados na internet.

Também é necessária a capacitação de empresários e profissionais do setor, a fim de buscar a segurança das empresas e proteção dos consumidores.

Por fim, buscar orientação das empresas sobre como agir diante da pirataria e da contrafação em plataformas digitais, desde a notificação extrajudicial até a judicialização da questão.

O crescimento da pirataria e da contrafação no ambiente digital é um dos maiores desafios do comércio formal na atualidade. A atuação do Sistema Comércio nesse campo é de suma importância para garantir a segurança do setor, proteger a propriedade intelectual das empresas e defender a concorrência leal.

O futuro do comércio está no digital, e a defesa do setor deve se modernizar para enfrentar os desafios do novo cenário.