Pirataria e saúde pública: novos parâmetros de responsabilidade civil

Por David F. Rodrigues e Thais de Matos M. Lio

Por décadas, o litígio marcário no Brasil enfrentou a barreira cultural de ser encarado pelo Judiciário e pelo público como uma disputa patrimonial estrita travada entre grandes corporações e vendedores hipossuficientes. Essa percepção desmorona definitivamente diante da expansão vertiginosa do mercado ilegal sobre setores de alta densidade regulatória, como medicamentos, bebidas, defensivos agrícolas e dermocosméticos, áreas nas quais a contrafação assume contornos inequívocos de tragédia sanitária.

A circulação clandestina de canetas emagrecedoras adulteradas à base de tirzepatida e semaglutida, medicamentos oncológicos inócuos e destilados intencionalmente contaminados com metanol não apenas expõe o consumidor a risco concreto de morte, mas também contamina o principal ativo intangível das empresas legítimas, que é a confiança do mercado na segurança de procedência dos seus sinais distintivos.

Sob a ótica da advocacia de propriedade intelectual e da litigância estratégica, essa nova realidade impõe uma profunda reformulação nos parâmetros de atuação contenciosa. Em primeiro lugar, faz-se imperativo revisar a tradicional liquidação de prejuízos. Ao ajuizar ações inibitórias e condenatórias contra redes fabris clandestinas, a fixação da indenização (arts. 208 a 210 da Lei nº 9.279/1996) não pode mais permanecer atrelada apenas aos lucros cessantes clássicos. O titular de marca titulariza legitimidade jurídica e moral para postular reparações agravadas pelo dano moral corporativo e pela lesão reflexa à saúde pública, haja vista os custos extraordinários que assume em serviços de atendimento emergencial, laudos toxicológicos, investigações de campo e campanhas públicas de recall para mitigar os riscos gerados por contrafações quase sempre irrastreáveis.

De forma concomitante, a persecução civil deve avançar sobre os canais de escoamento informal. A proliferação de vendas de itens sob estrito controle sanitário via plataformas digitais, aplicativos de mensagens e distribuição descentralizada por entregadores exige a extensão da responsabilidade solidária àqueles que negligenciam deveres elementares de custódia e procedência. O manuseio inadequado e o rompimento recorrente da cadeia de frio no transporte de fármacos desqualificam a integridade da mercadoria, configurando não apenas atentado aos direitos do consumidor, mas infração autônoma de concorrência desleal parasitária por parte de quem explora a credibilidade alheia sem suportar os custos da estrita conformidade técnica.

Por fim, a condução judicial estratégica demanda a desconstrução ativa da tese generalizada do "consumidor hipossuficiente e vítima". Levantamentos empíricos revelam que fatias expressivas da demanda aderem deliberadamente aos canais paralelos motivadas pela conveniência tarifária, assumindo conscientemente a probabilidade do produto adulterado.

Ao direcionar medidas judiciais contra distribuidores intermediários e pontos de venda que operam itens a preços incompatíveis com os custos regulatórios, incumbe aos titulares repelir presunções automáticas de boa-fé subjetiva, evidenciando o dolo eventual dos agentes que transformam a violação de direitos industriais em risco de dano irreversível.

A dimensão sanitária desse problema já não é meramente potencial. A crise das bebidas adulteradas, que em 2025 esteve associada a 76 casos de intoxicação por metanol e 25 mortes, evidencia como a falsificação pode ultrapassar a esfera patrimonial e converter a apropriação indevida de uma marca em vetor de risco à vida e à saúde do consumidor.

Assim, a defesa da propriedade intelectual em setores de saúde pública consolida-se como uma ferramenta indispensável de vigilância sanitária coletiva, na qual o rigor da resposta judicial se firma como o principal antídoto contra a degradação sistêmica da concorrência e do mercado formal.

Em setores submetidos a rigoroso controle sanitário, essa função ganha uma dimensão adicional: a marca não apenas identifica a origem empresarial, mas também concentra expectativas legítimas de autenticidade, qualidade e segurança.

A contrafação, ao se apropriar desse sinal, transfere ao titular os efeitos reputacionais de uma cadeia sobre a qual ele não exerce controle, tornando a proteção marcária parte relevante da própria prevenção do risco ao consumidor.