



Universidade de Brasília – UnB
Faculdade de Direito

Consumidor Internacional no Mercosul:

A Necessidade de Harmonização Mínima a partir do Paradigma da União Europeia

Ramille Taguatinga Freire

Brasília
2015

Universidade de Brasília – UnB
Faculdade de Direito

Consumidor Internacional no Mercosul:

A Necessidade de Harmonização Mínima a partir do Paradigma da União Europeia

Ramille Taguatinga Freire

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Direito pela Faculdade de Direito da Universidade de Brasília – UnB.

Orientadora: Prof. Dra. Inez Lopes Matos Carneiro de Farias

Brasília

2015

TERMO DE APROVAÇÃO

Ramille Taguatinga Freire

Consumidor Internacional no Mercosul: A Necessidade de Harmonização Mínima a partir do Paradigma da União Europeia

Trabalho de conclusão de curso aprovado como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel perante a Faculdade de Direito da Universidade de Brasília, pela seguinte banca examinadora:

Inez Lopes Matos Carneiro de Farias
Professora Doutora e Orientadora

Guilherme Fernandes Neto
Professor Doutor e Examinador

Wilson Roberto Theodoro Filho
Professor Doutor e Examinador

Othon de Azevedo Lopes
Professor Doutor e Examinador

Brasília, 10 de dezembro de 2015.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais e família pelo apoio e carinho imensos ao longo desta jornada acadêmica. Lembro-me com muito orgulho da confiança que depositaram em mim desde a mais tenra idade, sempre demonstrando que é através da Educação que o ser evolui.

Agradeço também aos meus amigos, os quais há muitos anos me acompanharam nesse desenvolvimento intelectual. Tenho-os como meu braço direito.

À Professora Inez Lopes, muito obrigada pela oportunidade de me apresentar a complexidade acerca do Direito do Consumidor na seara internacional, além de toda a atenção e dedicação para com a confecção deste estudo. Foi uma honra trabalhar sob sua supervisão.

Agradeço também a todos os professores desta Faculdade, que contribuíram para minha formação, e a todos os demais funcionários da casa.

Por último, notáveis agradecimentos à Universidade de Brasília e à Faculdade de Direito pelas inesquecíveis experiências de fazer parte desta instituição e de fazer um intercâmbio para estudar na Universidade de Lisboa, ampliando os meus conhecimentos. Parte do que aprendi está nessa obra.

RESUMO

O presente trabalho trata da análise da harmonização legislativa com relação à proteção do consumidor no Mercado Comum do Sul - Mercosul num comparativo com a União Europeia a partir de suas estruturas orgânicas. O estudo também cuida de situar o consumidor internacional frente ao contexto de globalização, considerada a ordem mundial contemporânea. Disserta que o elemento estrangeiro presente na relação de consumo internacional acarreta na ampliação da vulnerabilidade do consumidor internacional relativamente ao nacional, caracterizando, assim, a necessidade de sua proteção pelos blocos regionais e organizações internacionais. Propõe que a adoção de uma lei-modelo para alcançar a aproximação das legislações consumeristas mercosulinas é a melhor maneira uma vez que o Mercosul dispõe de uma estrutura intergovernamental e não supranacional.

PALAVRAS-CHAVE: Consumidor internacional - Mercosul - União Europeia - harmonização legislativa - intergovernabilidade - supranacionalidade - lei-modelo.

ABSTRACT

This study deals with the analysis of legislative harmonization with regard to consumer protection in Mercosur in comparison with the European Union from its organizational structures. The study also takes care of placing the consumer against the international context of globalization, considered the contemporary world order, explaining that the foreign element in international consumer relations entails the expansion of the international consumer vulnerability in relation to national, featuring thus the need for their protection by international organizations. It proposes the adoption of a model law to achieve approximation of laws about consumers is the best way since Mercosur has an intergovernmental rather than supranational structure.

KEYWORDS : International Consumer - Mercosur - European Union - legislative harmonization - intergovernmentalism - supranational - law model.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. CAPÍTULO 1 – O CONSUMIDOR INTERNACIONAL.....	10
2.1. Globalização e Consumo.....	10
2.2. Consumidor Como Sujeito de Direito Internacional.....	12
2.3. A Ideia de Consumidor Internacional	14
2.4. A Vulnerabilidade do Consumidor Internacional e a Necessidade de Sua Proteção.....	18
2.5. A Resistência à Proteção do Consumidor Internacional.....	24
3. CAPÍTULO 2 – BLOCOS REGIONAIS E CONSUMIDOR INTERNACIONAL.....	29
3.1. A Formação de Blocos Frente ao Cenário da Economia Global e a Preocupação com o Consumidor.....	29
3.2. A União Europeia	32
3.2.1. Os Princípios Básicos da União Europeia para a Defesa do Consumidor.....	35
3.2.2. As Fontes de Direito da União Europeia e Suas Relações com o Consumidor.....	36
3.3. O Mercosul	41
3.3.1. A Proteção do Consumidor Mercosulino.....	43
3.3.1.1. O Regulamento Comum de Defesa do Consumidor.....	44
3.3.1.2. O Protocolo de Santa Maria.....	45
3.3.1.3. Cenário Atual da Defesa do Consumidor no Mercosul.....	48
3.4. A Proteção do Consumidor No Âmbito da OEA.....	58
4. CAPÍTULO 3 – MERCOSUL E O OBJETIVO DA HARMONIZAÇÃO MÍNIMA DA LEGISLAÇÃO CONSUMERISTA ATRAVÉS DE UMA LEI-MODELO.....	60
4.1. A Supranacionalidade da União Europeia <i>versus</i> A Intergovernabilidade do Mercosul.....	60
4.2. A Harmonização Legislativa Como Método Adequado para A Proteção do Consumidor no Mercosul.....	63
4.3. A Proposta para A Harmonização Legislativa das Relações de Consumo Internacionais No Mercosul Através de Uma Lei-modelo.....	65
5. CONCLUSÕES	72
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	76
7. ANEXOS.....	81

1. INTRODUÇÃO

O presente estudo procura desenvolver uma reflexão acerca da necessidade de harmonização legislativa das relações de consumo no Mercado Comum do Sul - Mercosul com o objetivo do progresso de sua integração regional e crescimento do mercado interno para melhor atuação no comércio mundial.

A fim de atingir seus objetivos, esta monografia analisa a seguinte hipótese: existe solução viável para que se materialize a proteção do consumidor internacional no âmbito do Mercosul?

Este estudo fundamenta a resposta para tal questão em três capítulos os quais têm o escopo de oferecer um meio viável para o referido bloco alcançar a defesa do consumidor dentro de seu território.

O primeiro capítulo trata de situar o consumidor no contexto da globalização, que é a ordem econômica mundial contemporânea. Demonstra-se que o consumo é fomentado a todo momento desde o início do século XX, e a globalização o influencia porque incentiva o indivíduo a ultrapassar os limites das fronteiras do Estado de seu domicílio para adquirir, através de um fornecedor, bens e serviços como destinatário final. É denominada relação de consumo internacional.

O consumidor internacional, seja o ativo, ou seja, aquele que sai de seu país de domicílio para adquirir bem ou serviço no exterior, seja o passivo, que é aquele que adquire o bem ou serviço sem sair de seu Estado, depara-se com uma vulnerabilidade peculiar causada pelo elemento estrangeiro. Deste modo, a necessidade de sua proteção deve ser prioritária para os Estados que procuram o bem-estar social e o desenvolvimento econômico.

O segundo capítulo disserta sobre o processo de globalização ter impulsionado a regionalização. Surgem os blocos regionais, fundados por Estados que têm interesses em comum e empenham-se num posicionamento de destaque no comércio internacional. A integração converteu-se em meta principal destes blocos, e a sua evolução pede que os Estados-membros atentem-se também à questão social, além da econômica, para que ela se complete. Compartilha-se da visão de BOURGOIGNIE:

"a formação de regiões economicamente integradas e o processo de crescimento a que está relacionada intensificou a harmonização das leis, incluindo as de proteção do consumidor, em diferentes partes do mundo"¹.

Destarte, há a preocupação nos blocos regionais com o consumidor sob pena de estagnação do mercado regional.

Utiliza-se como paradigma a proteção do consumidor protagonizada pela União Europeia por ela ser considerada o bloco mais avançado em questão de integração atualmente. A partir da análise de suas fontes e princípios, traça-se um perfil de como se conseguiu a harmonização legislativa, ainda que mínima, relativamente ao consumidor na União.

O Mercosul, por outro lado, conta com uma história de insucesso referente às tentativas de proteção do consumidor internacional intrabloco. Estas revelaram-se infrutíferas; contudo, a posição do bloco no presente é de prosseguir com o intuito existente em seu tratado constitutivo, o Tratado de Assunção, de justiça social e desenvolvimento econômico. Desta maneira, existe um novo fôlego para que haja a aproximação das legislações consumeristas dos Estados-partes.

O terceiro capítulo compara as diferentes estruturas orgânicas da União Europeia e do Mercosul para avaliar se a proteção do consumidor pode ser atingida do mesmo jeito em ambos os blocos, uma vez que a UE serve de inspiração nesta matéria. Após constatado que os dois blocos contam com sistemas diferentes, sendo um supranacional e o outro intergovernamental, conclui-se que a harmonização legislativa no Mercosul não pode ser auferida através de instrumentos normativos rígidos, razão pela qual este estudo se concentra na proposta de criação de uma lei-modelo que oriente os Estados-partes mercosulinos a conduzirem suas legislações internas de modo a se compatibilizarem com as finalidades do bloco, resultando na congruência dos direitos internos.

Finalmente, insta ressaltar que este trabalho é uma revisão de literatura de diversos autores, partindo do marco teórico de Eduardo Antônio Klausner, Antônio Pereira Gaio Júnior e Cláudia Lima Marques, que consolidaram o conceito de consumidor como sujeito de direito internacional e evidenciam a ausência de uma proteção internacional para ele. Fez-se uso de características metodológicas históricas e, principalmente, comparativas.

O método histórico consistiu em traçar breves linhas cronológicas da origem da proteção do consumidor no mundo e da elaboração de regulamentos e protocolos que procuraram tutelar as relações de consumo no Mercosul. O método comparativo traduziu-se no direito comparado, pois

¹ BOURGOIGNIE, Thierry. A Política de Proteção ao Consumidor..., p.31. In: GAIO Júnior, Antônio Pereira. A Dimensão Internacional Do Consumo : ONU E A Proteção Ao Consumidor..., p. 10.

avaliou-se os ordenamentos jurídicos da UE e do Mercosul, sendo também usado relativamente aos Estados-partes deste último bloco, com o fim de, a partir da comparação entre os diferentes direitos, obter a melhor resposta para o estudo. Não foi mera justaposição de textos legais, uma vez que se admite que

"o método do Direito Comparado implica exame da regra legal, da instituição e de todo o sistema jurídico, bem como o pensamento jurídico (...) para se determinar o que é buscado pelo cooperativista"².

Diante do exposto, pode-se compreender que o alcance da harmonização legislativa que conceda *standarts* com relação à proteção do consumidor no Mercosul significa um passo importante do bloco em direção ao aperfeiçoamento de sua integração. Isto ajudará o bloco em si a ter destaque no mercado global e aos cidadãos que o povoam a terem a segurança jurídica necessária para a satisfação de suas necessidades enquanto consumidores.

² KLAUSNER, Eduardo Antônio. Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional..., p. 104.

2. CAPÍTULO 1: O CONSUMIDOR INTERNACIONAL

2.1 Globalização e Consumo

Apesar de seu individualismo característico, o homem nasceu para viver em sociedade. É natural aos seres humanos conviverem entre si e com o meio ambiente à sua volta. Isto se dá porque ele não é capaz, sozinho, de produzir tudo o que precisa para o sustento de si³, de forma a precisar da colaboração de seus semelhantes para manter-se vivo. Assim, é evidente notar que o consumo, entendido como o ato de usar algo para a própria subsistência, é uma das maiores necessidades dele.

Atento a este fato, o Direito, ao longo do tempo, procurou regular as relações humanas de forma a viabilizar o consumo, assim perpetuando a existência humana de forma justa⁴; contudo, o desenvolvimento da socioeconômico mudou o que antes se entendia por consumir e, com isso, a maneira com que a Ciência do Direito tratava tais relações revelou-se ultrapassada, necessitando de superação desse obstáculo epistemológico para que o equilíbrio social se mantivesse.

O fenômeno da Revolução Industrial, nos séculos XVIII e XIX, proporcionou o avanço da tecnologia e da difusão da informação, o que encurtou distâncias e levou as relações internacionais a um patamar mais profundo, com o crescimento da comunicação entre Estados e a expansão do capitalismo. A substituição do trabalho artesanal pelo uso das máquinas proporcionou a produção em massa, o que gerou uma modificação no mercado de consumo: as pessoas passaram a obter bens de forma mais rápida e em escala maior.

As Guerras Mundiais também alteraram o setor econômico em escala global. Antes da Primeira Guerra, os acordos entre capitais eram bilaterais e o capital circulava livremente; com o seu fim, o protecionismo vigorou nas relações comerciais, levando inclusive a Grande Depressão de 1929, a maior crise da história do capitalismo. Os efeitos econômicos dessa Depressão só foram superados com o início da Segunda Guerra Mundial, quando o Estado tomou conta da economia e começou a ampliar as exportações. Após essa guerra, a economia mundial foi

³ KLAUSNER, Eduardo Antônio. Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional..., p. 75.

⁴ O Direito, desde a Antiguidade, se atentou para as relações de consumo: existiram, em ordenamentos como o Código de Hamurabi e no Direito Romano, disposições que procuravam proteger o consumidor especialmente contra o abuso de fornecedores –e puni-los -, mas não era um ramo jurídico específico da Ciência do Direito. Além disso, considerava-se, antigamente, que o consumidor e o produtor estavam em pé de igualdade na relação de consumo, o que será visto mais à frente deste capítulo.

redesenhada pelas potências vencedoras para que se privilegiasse o comércio multilateral e internacional, intensificando ainda mais a relação entre Estados e povos, que começaram a interagir expressivamente, superando barreiras demográficas. Contemplou-se, então, o surgimento de uma Economia Global, que é aquela com capacidade de funcionar como uma unidade em tempo real e em escala planetária. É o marco de uma inédita situação socioeconômica.

O cenário descrito revela o início do processo de globalização, a nova ordem econômica mundial. Foi uma expansão inicialmente da atividade econômica, que guiou outras atividades, como a social e a cultural para também chegarem a um nível mundial. É o fenômeno responsável pela transposição de diversas atividades humanas exercidas sob uma jurisdição de um Estado para além de suas fronteiras. Há, então, uma situação global, onde o indivíduo é liberado de suas tradições e cidadania nacional, tornando-o cidadão do mundo, pela disseminação de valores, dissociados de suas distinções fundacionais, estruturais e sociais⁵.

O consumo, nesse contexto, também foi drasticamente afetado pela globalização, a qual não foi só econômica, mas também cultural. Uma vez que os países estreitaram relações, existiu reflexão nos indivíduos: houve a homogeneização de padrões culturais e de consumir e intensificação do consumo transfronteiras. A já citada produção em massa, associada às estratégias de marketing e publicidade veiculadas pelos novos meios de comunicação geraram novas necessidades e concretizaram a formação de uma verdadeira sociedade de consumo. Se antes havia a necessidade de um importador para a obtenção de um produto do estrangeiro, hoje, sem intermediários, é possível a compra dele diretamente com o fornecedor -aquele que profissionalmente contribui para a colocação do produto ou serviço no mercado de consumo⁶- através da internet, e a confiança do produto vem apenas da marca ou do marketing advindo dele⁷.

⁵GHERSI, Carlos Alberto. Manual de la posmodernidad jurídica y tercera vía..., p.82-83. In: GOMES, Joséli Fiorin. Uma Análise da Proteção do Consumidor no Mercosul: “La trama Y El Desenlace”..., p. 2

⁶ KLAUSNER, Eduardo Antônio. Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional..., p. 164.

⁷ As técnicas de marketing também se adaptaram para esta nova forma de consumir. Com a massificação o uso da internet, seu acesso passou a segmentar os grupos de consumidores, e atingi-los ficou mais difícil, já que o internauta pode escolher o que acessa, diferentemente de como ocorre na TV ou no rádio. Assim, surgiram novas formas de fazer publicidade, como o uso de Política de *Cookies* do histórico do navegador do internauta para filtrar os seus interesses. A nova ordem da publicidade, atualmente, é fazer com que o seu público-alvo se sinta único, e que a propaganda para ele é exclusiva, contrariando o ideal de massa da época da Revolução Industrial. Contudo, não é objetivo desse trabalho se ater às novas formas de publicidade, apenas evidenciar a sua modificação frente a uma sociedade globalizada.

A globalização leva a um intenso intercâmbio de produtos, o que torna o desafio de proteger o consumidor maior na era que estamos vivendo. Nasce a Globalização do Consumo, caracterizada pelo comércio e fornecimento internacional de produtos e serviços por empresários e fornecedores globais, utilizando marcas de renome mundial, acessível a todos os consumidores do planeta.⁸

Então, o consumidor, assim entendido como pessoa física ou jurídica que adquire bem para fins não profissionais⁹, é destinatário desse processo econômico proporcionado pela globalização. Mas não é só isso: ao obter os bens advindos do comércio, os consumidores passam a ser também agentes desse processo, ditando, assim, a produção de tais bens. É o consumidor o sujeito mais importante da globalização. A abertura do mercado interno dos países a produtos e serviços estrangeiros tem gerado a necessidade de proteção dos destinatários desse benefício.

Apesar dessa posição de destaque no cenário econômico mundial, a visão de soberania do consumidor que se pode inferir do seu papel na nova ordem econômica é ilusória: o que acontece, na realidade, é que o fornecedor controla as necessidades de consumo através da publicidade, além de também obter vantagens com negócios jurídicos como os contratos formulários e os de adesão, o que pode proporcionar abusos de direito, tais como as cláusulas, práticas e publicidade abusivas. O que se observa, então, é que a vulnerabilidade do consumidor é agravada por conta do elemento transnacional: a existência de sujeitos em ordenamentos jurídicos diferentes na relação de consumo, causando aparente conflito, evoca a necessidade de tutela para a justiça em sua relação com o fornecedor.

2.2. Consumidor Como Sujeito de Direito Internacional

O Direito Internacional, como a Economia, também sofreu alterações ao logo das Grandes Guerras. Antes, apenas os Estados eram sujeitos de Direito Internacional, ou seja, ostentavam a personalidade jurídica de direito das gentes, porque habilitadas à titularidade de direitos e deveres internacionais, numa relação imediata e direta com aquele corpo de normas¹⁰ pois tinham controle sobre todas as pessoas que viviam dentro deles. Ao fim da Primeira Guerra Mundial,

⁸ KLAUSNER, Eduardo Antônio. Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional..., contracapa.

⁹ FARIAS, Inez Lopes Matos Carneiro de. A proteção do consumidor internacional no comércio eletrônico..., p.120

¹⁰ REZEK, José Francisco. Direito Internacional Público...,p. 156

organizações internacionais e algumas classes de indivíduos (como a classe trabalhadora) puderam figurar como sujeitos de Direito Internacional.

Internacionalmente, nem sempre o ser humano foi considerado um sujeito de direito: foi só com o fim Segunda Guerra Mundial que veio a Declaração Universal dos Direitos do Homem pela Assembléia Geral das Nações Unidas, em 1948, a qual estabeleceu que o Direito das Gentes era o Direito Internacional dos Indivíduos. Assim, os indivíduos viraram sujeitos de direito das gentes, não como os Estados ou as organizações internacionais, mas de forma a serem destinatários de normas de Direito Internacional, tendo capacidade de atuar na sociedade. A capacidade de ação claramente não se confunde com a capacidade de criação de normas de Direito Internacional, esta conferida aos Estados e às organizações internacionais¹¹.

Assim versa o artigo 25 da Declaração Universal dos Direitos do Homem:

“É direito fundamental do homem ter um padrão de vida capaz de assegurar a si e a sua família saúde e bem-estar, inclusive alimentação, vestuário, habitação, cuidados médicos e os serviços sociais indispensáveis.”

O direito ao consumo colabora para se alcançarem objetivos como o de se ter um ser humano livre, liberto do temor e da miséria. O consumo, como visto acima, é necessidade para o ser humano obter o seu próprio sustento, assim atingindo o que se estabelece neste artigo. É, portanto, o consumidor sujeito de Direito Internacional, a peça mais importante da globalização, pois é tanto agente quanto beneficiário do comércio internacional, impulsionando-o ao adquirir os bens e serviços, e obtendo vantagem deles para a sua necessidade. Atua nas relações econômicas tanto internas quanto internacionais¹².

Uma vez sujeito de Direito Internacional, é importante ressaltar que o consumidor não está inserido somente na seara do Direito Internacional Público ou na do Direito Internacional Privado.

É antiga a concepção que Direito Internacional Público é o sistema jurídico autônomo onde se ordenam as relações entre Estados soberanos (é o direito das gentes). Repousa-se no consentimento, criativo ou perceptivo, dos Estados que se subordinam ao direito que livremente reconheceram ou construíram, cedendo parte de sua soberania para tanto¹³. O Direito Internacional Privado, por sua vez, é descrito como o que não nasce das relações entre Estados,

¹¹ REZEK, José Francisco. Direito Internacional Público..., p.156

¹² FARIAS, Inez Lopes Matos Carneiro de. A proteção do consumidor internacional no comércio eletrônico..., p. 116

¹³ REZEK, José Franciso. Direito Internacional Público..., p.3

mas dentre indivíduos; é o setor do ordenamento jurídico de cada Estado que se ocupa da regulação jurídica das chamadas situações jurídicas internacionais, ou seja aquelas em que há conexão com dois ou mais ordenamentos jurídicos¹⁴.

KLAUSNER¹⁵ explica que, em matéria de Direito Internacional,

“(...)a distinção entre público e privado é cada dia mais tênue (...), mormente porque esta divisão estanque do sistema romano-germânico não é adequada às exigências pós-modernas e muito menos às necessidades contemporâneas decorrentes da globalização da produção e do consumo, decorrentes do comércio internacional e do respectivo impacto na Ciência do Direito.”

LIMA MARQUES¹⁶, entretanto, parte da idéia de que o ramo do Direito Internacional Privado é

"(...)um instrumento de harmonia e paz nas relações hoje globalizadas. O DIPr. pós-moderno conseguiria equilibrar e representar ao mesmo tempo as forças contraditórias sociais e econômicas de nossa época, do individualismo pós-moderno de uma identidade cultural exarcebada, à força irresistível da aproximação e regionalização econômica, de espaços supranacionais de integração e de um livre comércio globalizado. A proteção do consumidor se insere neste contexto como válvula de escape dos conflitos pós-modernas, pois representa juridicamente a garantia de um standard mínimo de segurança e adequação dos serviços e produtos, nacionais ou importados, comercializados nos mercados abertos de hoje. Representa, politicamente, um comprometimento com a lealdade do mercado, assegurada em visão macro pelo direito da concorrência e em visão micro, mas hoje cada vez mais coletiva e difusa, pelo direito do consumidor. Por fim, socialmente, procura equilibrar o revival da autonomia da vontade, da concentração no papel do indivíduo a determinar soberanamente suas relações privadas, econômicas e de consumo, e o revival dos direitos humanos, uma vez, que receber proteção do Estado é direito fundamental dos cidadãos de muitos países, e o direito do consumidor é direito humano de nova geração.

Apesar da notável percepção de LIMA MARQUES, o cenário atual que envolve Estados, blocos regionais e organizações internacionais em prol de uma harmonização para o direito consumerista demonstra que o consumidor não se enquadra em somente um dos ramos da clássica separação entre Direito Internacional Público ou Privado, uma vez que a sua complexidade, associada ao momento de interação mundial vivida, pede que os dois ramos do Direito Internacional sejam utilizados para a sua regulação.

2.3. A Ideia de Consumidor Internacional

¹⁴ CALVO CARAVACA, Alfonso Luis. Derecho Internacional Privado..., p. 55.

¹⁵ KLAUSNER, Eduardo Antônio. Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional..., p. 54.

¹⁶ MARQUES, Claudia Lima. A insuficiente proteção do consumidor nas normas de Direito Internacional Privado: da necessidade de uma Convenção Interamericana (CIDIP) sobre a lei aplicável a alguns contratos e relações de consumo..., p.8.

Depois de definido o conceito de consumidor no ponto 1.1, que é a de pessoa física ou jurídica que adquire bem para fins não profissionais, cabe analisar os três pontos inerentes a sua definição: pessoa física e jurídica, bens e serviços e uso não profissional.

O consumidor pode ser tanto pessoa física quanto jurídica. Apesar de o Direito do Consumidor se voltar para o indivíduo na busca de satisfazer as suas necessidades, considerar a pessoa jurídica como consumidora não é mero alargamento da definição de forma a privilegiar a pessoa moral, como pode parecer; é, na realidade, porque algumas pessoas jurídicas poderão estar em situação semelhante a do consumidor final por adquirirem bens ou serviços para uso não-profissional e não como um consumidor intermediário com intenções profissionais como no caso da (re)venda do produto ou serviço adquirido¹⁷. Assim, a pessoa jurídica pode figurar como consumidora numa relação de consumo.

A aquisição pelo consumidor de bens e serviços se refere a todos do ramo da atividade econômica. Uma vez que o indivíduo usa a coisa ou contrata o serviço sem objetivos profissionais, a fim de usá-lo como último receptor, configura-se a existência do consumo.

Por último, o uso não profissional se refere ao consumidor ser destinatário final do que adquire; a pessoa deve contrair o bem ou o serviço para o seu uso próprio ou de sua família, atendendo às suas necessidades, não utilizando-o para fim de instrumento profissional.

É também sujeito na relação de consumo o fornecedor, igualmente definido no ponto 1.1, aquele que profissionalmente contribui para a colocação do produto ou serviço no mercado de consumo. Profissionalmente contribuir não significa apenas produzir, mas também apenas comercializar o produto ou serviço.

A relação de consumo é a relação jurídica mantida entre fornecedor e consumidor, decorrente de contrato, ou decorrente de utilização de bem ou serviço posto no mercado de consumo, ou ainda decorrente de responsabilidade civil extracontratual com vítima de acidente de consumo equiparada legalmente a consumidor¹⁸, aqui se referindo ao consumidor *by-standard*, aquele que, mesmo que não tenha adquirido o bem ou serviço, atuando como parte na relação de consumo, foi afetado por ela.

¹⁷ FARIAS, Inez Lopes Matos Carneiro de. A proteção do consumidor internacional no comércio eletrônico...., p.118.

¹⁸ KLAUSNER, Eduardo Antônio. Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional..., p. 164. As definições de Klausner para fornecedor e relação de consumo vêm do resultado de análises de ordenamentos jurídicos com relação ao consumidor em todos os continentes do mundo.

Não foi imediata a percepção pelo Direito de a relação de consumo ser uma peculiaridade por conta do desequilíbrio entre as partes, mesmo diante um contexto de aumento da produção e consequente aumento do consumo na época da Revolução Industrial. As disposições que diziam respeito ao consumidor nos ordenamentos jurídicos nacionais dos países se encontravam dispersas pelos Direitos Administrativo, Civil ou Comercial dos Estados, não sendo um corpo específico de regras até o século XX, que foi quando o mundo se virou para a necessidade de proteção ao consumidor.

Foi em quinze de março do ano de 1962, com a mensagem do então Presidente dos Estados Unidos da América, John Fitzgerald Kennedy, intitulada *Special Message to the Congress on Protecting the Consumer Interest* que houve a instituição de um Direito do Consumidor como novo ramo do Direito¹⁹. Os EUA foram os primeiros a adotar medidas de proteção ao consumidor no mundo e, depois disso, foram seguidos pelos outros Estados capitalistas. O direito do consumidor surge com o intuito de preservar o mercado de consumo de modo coordenado pelos Estados e de promover o interesse social²⁰.

Em 1985, a Organização das Nações Unidas (ONU) lançou a Resolução de número 39/248, elevando a proteção ao consumidor como princípio universal e direito fundamental, com o objetivo de ajudar os Estados -principalmente os em desenvolvimento- a alcançar uma proteção adequada aos consumidores. A resolução coíbe condutas antiéticas e abusivas dos fornecedores e proporciona aos consumidores meios que os habilitem a obter reparação por intermédio de procedimentos céleres, formais ou informais, de baixo custo e acessíveis, devendo os países desenvolverem a cooperação internacional na consecução dos objetivos postos na resolução.

A produção em massa, associada à cultura e globalização do consumo e à complexidade da tecnologia, ao avanço da publicidade e aos contratos formulário e de adesão destruíram a noção tradicional de paridade entre consumidor e fornecedor que vigia nos antigos ordenamentos jurídicos. A modernização das telecomunicações e a proximidade das relações entre Estados após a Segunda Guerra Mundial favoreceram o cenário para que o consumidor ultrapassasse barreiras ao adquirir bens e serviços. O elemento estrangeiro, então, passou a afetar o consumidor, o qual virou participante ativo do mercado internacional.

¹⁹ Por conta desta mensagem, dia quinze de março é considerado o Dia Mundial do Consumidor.

²⁰ FARIAS, Inez Lopes Matos Carneiro de. A proteção do consumidor internacional no comércio eletrônico...., p.119.

Surge, desta forma, a noção de consumidor internacional: o que mantém relação de consumo com fornecedor situado no estrangeiro²¹. O consumidor internacional pode ser ativo, ou seja, aquele que se desloca de seu país para adquirir bens ou serviços em outro (também chamado de consumidor turista) ou passivo, que é aquele que concretiza a relação de consumo sem se deslocar fisicamente de seu país, geralmente fazendo uso dos meios de telecomunicação para tanto.

O comércio estabelecido entre empresa e consumidor, chamado B2C (*business to consumer*), é diferente do comércio entre empresas (B2B, *business to business*). Segundo LIMA MARQUES, o consumo internacional possui especificidades que justificam a preocupação em protegê-lo. São elas: o desequilíbrio intrínseco entre as partes contratantes, a sua falta de continuidade, o pequeno valor em contraste com a sua massificação e a dificuldade de re-execução do serviço²².

A relação de consumo internacional é dotada de um desequilíbrio intrínseco informativo e de especialização entre as partes contratantes. O consumidor é leigo, não tem total conhecimento sobre o que vai comprar, sendo ele atraído pelas técnicas de marketing, pelo desejo de compra e status, por uma paixão... O indivíduo baseia a sua compra na qualidade transmitida pelo fornecedor através da confiança. No comércio entre empresas isso não acontece, haja vista as partes contratantes estarem em pé de igualdade, com a necessidade de estarem completamente informadas de que tipo de negócio irão fazer.

Distintamente do comércio entre empresas, a relação de consumo não é contínua, é pontual. As empresas costumam cooperar e estreitar laços com seus semelhantes, de forma a criar relações duradouras e que se beneficiam do sistema financeiro internacional. O consumo internacional não é dotado desse fator, sendo geralmente contratos de troca. É muito difícil estabelecer relações duradouras de confiança neste tipo de contrato, a fim de reduzir os custos transacionais e promover segurança, previsibilidade para os consumidores e diminuir a sua vulnerabilidade²³.

O contrato de consumo internacional, individualmente, é em geral de pequeno valor, enquanto que o consumo internacional é caracterizado, graças à globalização, aos meios de

²¹ KLAUSNER, Eduardo Antônio. Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional..., p. 171.

²² MARQUES, Claudia Lima. A insuficiente proteção do consumidor nas normas de Direito Internacional Privado: da necessidade de uma Convenção Interamericana (CIDIP) sobre a lei aplicável a alguns contratos e relações de consumo..., p. 5-7.

²³ VASCONCELOS, Raphael Carvalho de. Cross-Border Consumption and Brazilian Law..., p.124.

comunicação, e à cultura de consumo, pela massificação. Este antagonismo gera um problema para o consumidor de acesso à justiça, pois a sua lide fica reprimida, uma vez que os gastos para se requerer os seus direitos são maiores do que foi para se adquirir o bem ou serviço, desencorajando o consumidor a garantir a justiça nas relações de consumo.

Por fim, LIMA MARQUES caracteriza a re-execução do serviço como extremamente difícil no consumo internacional. Esta situação se agrava nos casos de turismo, em que a frustração de expectativas do consumidor raramente é superada, pois oferecer a reparação do serviço é praticamente impossível. A resposta é apenas econômica, com as devidas perdas e danos²⁴.

Tais peculiaridades agravam a posição de vulnerabilidade do consumidor em relação ao fornecedor no âmbito internacional, já que as partes na relação não estão em paridade, pois os poderes econômicos e de informação do fornecedor são maiores do que o do consumidor. Apesar de o consumidor ditar a produção, é o fornecedor que estabelece a necessidade por meio da publicidade; então, o consumidor fica sujeito ao controle do fornecedor, assim não existindo isonomia real entre os dois.

2.4. A Vulnerabilidade do Consumidor Internacional E A Necessidade de Sua Proteção

A forma de se produzir em escala levou à necessidade de se intensificar o consumo à mesma maneira, nascendo, desta forma, a sociedade do consumo. A globalização, por sua vez, também influenciou esta nova forma de consumir, pois a tornou cosmopolita, o que fez surgir o consumo internacional. O consumidor, por sua vez, obteve um leque maior de opções de bens e serviços para adquirir como destinatário final que iam além das fronteiras de seu país; contudo, ao mesmo tempo, a sua fragilidade se tornou maior, uma vez que começou a lidar com fornecedores de Estados diversos do seu domicílio.

O princípio da vulnerabilidade do consumidor foi positivado no plano internacional através da Resolução número 39/248 da ONU, em 1985, trazendo a proteção do consumidor a um patamar universal. Através dessa resolução a disparidade entre fornecedor e consumidor foi admitida em âmbito mundial e os Estados trabalharam suas legislações a fim de combater essa desigualdade. A partir desta Resolução,

²⁴ Ver nota 20.

"Toda e qualquer legislação de proteção ao consumidor tem, portanto, a mesma ratio, vale dizer, reequilibrar a relação de consumo, seja reforçando, quando possível, a posição do consumidor, seja proibindo ou limitando certas práticas de mercado." ²⁵

Uma vez que o fornecedor e consumidor estão situados em países diferentes, eles estão sujeitos a ordenamentos jurídicos distintos, o que leva a uma vulnerabilidade peculiar do consumidor. Segundo KLAUSNER, há características que exigem especial atenção e que realçam a natural debilidade do consumidor na relação jurídica de consumo no plano internacional, como a barreira lingüística entre fornecedor e consumidor e as diferenças de proteção legal dos Estados em que cada parte da relação se encontra. Ademais, a dificuldade do consumidor de acesso à justiça inclui a complexidade para se determinar a jurisdição competente, a real possibilidade de o consumidor litigar no foro de competência correta, a diversidade de normas nacionais, o custo do procedimento, o problema do cumprimento de atos no estrangeiro - sujeito à legislação interna de direito internacional de cada país- e a necessidade de procedimento especial para o consumidor internacional. A solução é uma proteção legal nacional e internacional que facilite uma cooperação judiciária²⁶.

Além de tantas peculiaridades, ainda há o fato de nem sempre a relação de consumo internacional ser evidente para o indivíduo. A apresentação da publicidade pode levar o consumidor a pensar que está estabelecendo relação de consumo nacional, enquanto que, na verdade, um elemento estrangeiro está presente na situação. Isso acontece, por exemplo, quando o indivíduo visita sites com domínio de seu país e realiza compras com a fé de que o está fazendo através de um fornecedor nacional, mas a realidade é que se trata de empresa estrangeira.

A vulnerabilidade do consumidor internacional pode ser técnica (consumidor não tem conhecimentos técnicos sobre o bem ou serviço que está adquirindo), fática (desproporção fática de forças intelectuais e econômicas), jurídica ou científica (falta de conhecimentos jurídicos e científicos do consumidor sobre os elementos do produto, serviço ou do contrato com o consumidor), e ainda pode ser agravada de acordo com as condições pessoais da pessoa e pelas pulverizações das relações de consumo²⁷.

²⁵ GRINOVER, Ada Pellegrini... [et al.]. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprotejo..., p. 7.

²⁶ KLAUSNER, Eduardo Antônio. Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional..., p. 177-178.

²⁷ *Idem*, p. 92.

O mercado, por si só, não assegura a segurança dos consumidores, haja vista o fato de que o comércio internacional é regido pela relação entre iguais e com poder econômico forte (leia-se: as empresas). Deve o Estado intervir para que o equilíbrio da relação de consumo seja estabelecido.

"Nenhum país do mundo protege seus consumidores apenas com o modelo privado. Todos, de uma forma ou de outra, possuem leis que, em menor ou maior grau, traduzem-se em um regramento pelo Estado daquilo que, conforme preconizado pelos economistas liberais, deveria permanecer na esfera exclusiva de decisão dos sujeitos envolvidos."²⁸

O Direito do Consumidor deve ser constituído por princípios e regras que atendam a dois critérios cumulativamente: a sua aplicação ser reservada a relações entre profissionais e consumidores; e o seu objetivo ser o da proteção do consumidor por conta de sua vulnerabilidade²⁹. CALAIS-AULOY e STEINMETZ afirmam que a existência do direito do consumidor se fundamenta em três constatações:

- a) Os consumidores estão naturalmente em posição mais fraca frente aos profissionais;
- b) A lei tem por função proteger o fraco contra o arbítrio do forte na sociedade;
- e
- c) O Direito Civil clássico, por si só, é incapaz de assegurar a proteção do consumidor³⁰.

A debilidade do consumidor em relação ao fornecedor não é meramente econômica. Há, também, a fragilidade de informação e de conhecimento, além do fornecedor ditar a necessidade através da publicidade. O que se revela como a vulnerabilidade do consumidor é o ponto de partida para a motivação de um direito voltado para ele.

O Direito é uma realidade especialmente referida à ideia de justiça. A justiça, como valor referido pelo Direito, é a igualdade³¹. Proteger o fraco contra o forte significa aplicar a isonomia a uma relação que não é naturalmente paritária, desenvolvendo nela a justiça. Ao cuidar da proteção do consumidor, o Direito garante o seu objetivo e regula uma relação de desequilíbrio natural, possibilitando a perpetuação da sociedade humana.

²⁸ GRINOVER, Ada Pellegrini... [et al.]. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprotejo..., p. 8.

²⁹ KLAUSNER, Eduardo Antônio. Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional..., p. 99

³⁰ CALAIS-AULOY, Jean; STEINMETZ, Frank. Droit de la Consommation..., p.22.

³¹ POLETTI, Ronaldo. Introdução ao Direito..., p.147.

Por fim, o Direito Comercial e o Direito Civil não são o bastante para a proteção do consumidor. É preciso um diálogo multidisciplinar, de forma a justificar a existência de um microsistema jurídico especialmente voltado para a relação de consumo.

"O Direito do Consumidor, como um corpo de princípios e regras jurídicas imbuídos e unidos por uma filosofia própria a sistematiza-los em um novo ramo da Ciência do Direito é fenômeno jurídico mundial, cujo fundamento é a vulnerabilidade na relação de consumo."³²

O princípio da vulnerabilidade é, então, aquele que garantirá que o Estado vai elaborar regras e adotar medidas que assegurem o consumidor num contexto de desigualdade na relação que mantém com o fornecedor em prol do equilíbrio dela com o objetivo de evitar prejuízos e lesões injustas.

Não faz muito tempo que a defesa do consumidor se tornou uma exigência geral de política legislativa. Neste sentido, DE LUCCA classificou a proteção do consumidor nos âmbitos nacionais ao longo do tempo em três "ondas" evolutivas³³.

A primeira onda ocorreu logo com o fim da Segunda Guerra Mundial, que foi quando os Estados passaram a interagir uns com os outros economicamente de forma massiva e impulsionaram a máquina para que se formasse a cara do sistema capitalista mundial contemporâneo. Nesta fase, o desenvolvimento foi incipiente, de forma a não diferenciar os interesses dos fornecedores e consumidores. A preocupação era com o preço, a informação e a rotulação adequada dos produtos.

A segunda onda, no fim da década de 60 do século XX, é marcada pelo abrir de olhos do próprio consumidor, que começou a ter atuação firme diante dos enganos e injustiças cometidos pelos profissionais das grandes empresas. O problema dos consumidores passou a ser enxergado não como algo individual, mas sim como pertencente a toda a sociedade, exigindo-se a atuação do Estado para que coibisse as condutas abusivas dos fornecedores.

A terceira onda corresponde aos tempos atuais. DE LUCCA admite que os consumidores estão conscientes de seus direitos e também do exagero do consumismo. Uma vez atento, o indivíduo sabe que é protegido pelo Estado e atua com mais confiança no mercado. O Direito Internacional deve buscar medidas para que essa última onda atinja o consumidor internacional, pois a sua proteção transfronteiriça ainda é insuficiente.

³² KLAUSNER, Eduardo Antônio. Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional..., p. 160

³³ LUCCA, Newton De. Direito do Consumidor..., p.47.

O consumo contemporâneo, além de cosmopolita, é tipicamente coletivo. A Declaração Universal dos Direitos do Homem de 1948 elaborada pela ONU, aqui já citada, foi o grande marco que estabeleceu os direitos humanos no mundo. Tais direitos se dividem em três gerações: a primeira refere-se aos direitos civis e políticos (arts. 4º a 21), a segunda refere-se a direitos econômicos, sociais e culturais (arts. 22 a 27) e a terceira geração refere-se aos direitos de solidariedade ou fraternidade. A proteção do consumidor se insere na terceira geração de direitos humanos.³⁴

Sobre as gerações do Direito destaca Celso de Mello:

“Enquanto os direitos de primeira geração (direitos civis e políticos) – que compreendem as liberdades clássicas, negativas ou formais – realçam o princípio da liberdade e os direitos de segunda geração (direitos econômicos, sociais e culturais) – que se identificam com as liberdades positivas, reais ou concretas – acentuam o princípio da igualdade, os direitos de terceira geração, que materializam poderes de titularidade coletiva atribuídos genericamente a todas as formações sociais, consagram o princípio da solidariedade e constituem um momento importante no processo de desenvolvimento, expansão e reconhecimento dos direitos humanos, caracterizados enquanto valores fundamentais indisponíveis, pela nota de uma essencial inexauribilidade”³⁵

Direitos de terceira geração são os que se referem à coletividade, de titularidade coletiva ou difusa. Faz-se referência aos interesses metaindividuais, aqueles que procuram proteção mútua e maiores possibilidades de sucesso para a sociedade como um todo. São os interesses difusos, coletivos e individuais homogêneos.

Os interesses difusos são aqueles conhecidos por serem impossíveis de determinar a coletividade que seria atingida pelo ordenamento jurídico. Não há vínculo entre a coletividade e o ato em si, mas pelo seus efeitos. Interesses coletivos têm um vínculo entre a coletividade que os atinge, afetando-os concretamente. Já os interesses individuais homogêneos não partem de vários titulares, mas de indivíduos certos e divisíveis que, por um interesse prático e processual, podem ser tutelados de forma coletiva.

Desde a segunda onda histórica de proteção ao consumidor que se estabeleceu a visão de que o seu problema não é individual, mas coletivo. KLAUSNER parafraseia CALAIS-AULOY ao afirmar que

"as disputas do consumidor são pequenas se consideradas individualmente, mas analisadas globalmente representam interesses consideráveis que beneficiam, sem grandes riscos, comerciantes inescrupulosos, diante das dificuldades para os

³⁴ REZEK, José Francisco. Direito Internacional Público..., p.222; ABREU, Paula Santos de. A Proteção do Consumidor no âmbito dos Tratados da União Europeia, Nafta e Mercosul..., p. 11

³⁵ STF - Pleno - MS nº 22.164/SP - Rel. Min. Celso de Mello, Diário da Justiça, Seção I..., p.39.206, in MORAES, Alexandre de. Direito Constitucional..., p. 26.

consumidores obterem Justiça, as quais impregnam a sociedade de um sentimento de desconfiança no processo judicial"³⁶.

O consumo, então, reveste-se de uma problemática econômica e social tipicamente coletiva, e a solução para esta problemática envolve a sua proteção tanto no nível nacional quanto, com o atual surgimento do consumidor internacional, no nível que vai além das fronteiras de cada Estado.

O Direito Internacional Privado conta com um princípio que protege a parte mais fraca da relação jurídica que envolve o elemento estrangeiro. Trata-se do princípio da proteção, que

"busca proteger certas pessoas e instituições, baseando seus critérios para a escolha da lei aplicável em considerações sobre a segurança e o bem-estar das primeiras e estabilidade das segundas."³⁷

O princípio da proteção se reflete em várias regras de Direito Internacional Privado, como a do favor *infans* (que procura o melhor interesse da criança na lide) e o favor *laesi* nos atos ilícitos (protege a parte contratante mais fraca). O princípio não é mero valor social: além de promover a proteção do mais fraco na relação jurídica, também orienta a interpretação jurisprudencial. Tal princípio revela a pretensão pela igualdade efetiva das partes nas relações jurídicas mundiais. A igualdade é influência da democracia e, como dito anteriormente, é o valor de justiça e o grande objetivo do Direito.

KLAUSNER defende a que o princípio da vulnerabilidade do consumidor deve ser posto como especialização do princípio da proteção no Direito Internacional Privado³⁸. A debilidade do consumidor na relação de consumo evidencia a fragilidade dele frente ao fornecedor. Como o consumo internacional é realidade contemporânea graças à globalização e o consumidor internacional se encontra como parte mais fraca da relação de consumo internacional, a sua defesa é cabível quando justificada pelo princípio da proteção advindo do Direito Internacional Privado.

O princípio da vulnerabilidade também ganha escopo internacional ao se analisar o princípio da ordem pública, aquele que funciona com o objetivo de preservar os interesses dos Estados, sociedade e entes nacionais de normas privadas ou estrangeiras o violem.

³⁶ KLAUSNER, Eduardo Antônio. Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional..., p. 97.

³⁷ DOLINGER, Jacob. Direito Internacional Privado (Parte Especial) – Direito Civil Internacional..., p.98.

³⁸ KLAUSNER, Eduardo Antônio. Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional..., p. 188.

Geralmente, as normas de Direito do Consumidor são de ordem pública³⁹. Isso se justifica pela proteção do consumidor em razão de sua vulnerabilidade e de ser a sua defesa um interesse socialmente coletivo. O princípio da vulnerabilidade do consumidor, então, está intimamente ligado ao princípio da ordem pública.

Ocorre que o princípio da ordem pública, no âmbito do Direito Internacional Privado, evoluiu para o que se pode chamar de ordem pública mundial, que é aquele em que há a consideração da ordem pública do foro e nos valores ou interesses relevantes estrangeiros, inclusive nas regras imperativas de outra jurisdição⁴⁰.

O *leading case*⁴¹ que afirma a existência do princípio da ordem pública mundial é o caso *Pearson v. The International Distillery*, de 1887, nos EUA. A Suprema Corte de Iowa decidiu que o fabricante de bebida alcoólica não poderia exportar o seu produto, uma vez que a sua venda em território nacional era proibida por questões de saúde. Houve a idéia de respeito a jurisdição alheia devido à ordem pública. Desde então, moldou-se tal princípio para que prevalecessem os ideais da sociedade como um todo.

Assim, o princípio da ordem pública mundial parte da noção de que há interesses comuns a toda a humanidade e princípios universais. Desta maneira, considera-se que as regras de proteção ao consumidor são de ordem pública mundial e um princípio universal é o de sua vulnerabilidade, de forma a ser necessária a tutela pelo Direito Internacional.

2.5 A Resistência À Proteção do Consumidor Internacional

Apesar da notória necessidade de defesa do consumidor internacional por conta de um mercado que não tem fronteiras, as normas nacionais dos Estados não se mostram suficientes para protegê-lo.

"As normas nacionais, reguladoras do comércio internacional, assim como direito uniforme do comércio internacional ou a denominada *lex mercatoria*, geralmente não se preocupam em proteger o consumidor, ao contrário tentam excluir estes contratos de seu campo de aplicação."⁴²

³⁹ O artigo 1º do Código de Defesa do Consumidor Brasileiro qualifica todas as normas do microsistema jurídico referido como sendo de ordem pública.

⁴⁰ KLAUSNER, Eduardo Antônio. Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional..., p.256.

⁴¹ *Leading Case*: caso que serve para firmar jurisprudência.

⁴² MARQUES, Claudia Lima. A insuficiente proteção do consumidor nas normas de Direito Internacional Privado: da necessidade de uma Convenção Interamericana (CIDIP) sobre a lei aplicável a alguns contratos e relações de consumo..., p. 4.

Na época em que os ordenamentos jurídicos começaram a dar a devida importância ao consumidor, o consumo transfronteiriço ainda estava se desenvolvendo como algo forte. A participação efetiva do consumidor no mercado internacional veio depois, principalmente com a popularização da internet no fim dos anos 90. O turismo internacional também se intensificou graças à proximidade estabelecida entre os Estados, que passaram a ter uma economia mais forte. Contudo, uma produção normativa voltada para o consumidor que adquire bens e serviços em país diferente do seu domicílio continuou abstrata.

O comércio internacional, em geral, classifica o Direito do Consumidor como uma barreira não tarifária ao livre comércio internacional, este sendo o modelo de mercado que procura a troca de bens e serviços entre países sem intervenção estatal.

Barreiras comerciais⁴³ são medidas de proteção estabelecida pelo Estado importador para que se privilegie a produção nacional. São ilícitas e diferem de medidas de defesa comercial emergenciais ou usadas como represálias a políticas protecionistas ou desleais de outros Estados.

As barreiras podem ser tarifárias, ou seja, traduzirem-se em impostos e tarifas lançados sobre o valor dos produtos estrangeiros e cobrados para que ingressem no mercado nacional, ou não tarifárias, aquelas que não são impostos nem tarifas, mas são um impedimento ou ônus para que o exportador estrangeiro coloque seu produto no mercado nacional.

O ato praticado pelo Estado importador, para que se configure como uma barreira, tarifária ou não, deve resultar em: condições ou padrões impostos sobre os produtos estrangeiros, tratamento fático ou jurídico discriminatório sobre tais produtos, aumentos de custos para o produtor estrangeiro colocar seu produto no mercado do país de destino ou medida de natureza tarifária ou não que impeça fatuamente a entrada do produto estrangeiro no mercado.

As barreiras não tarifárias se classificam em proibições, cotas às importações, licenças prévias para importação, compras do setor público, requisitos locais, subsídios e mecanismos regulatórios.

As proibições são obstáculos à importação de determinados produtos estrangeiros, por motivos de saúde ou segurança, de entrarem no mercado nacional. As cotas às importações são limitações a importações de produtos estrangeiros ou a valor total de produtos de determinada categoria que visariam o produtor nacional. As licenças prévias para importação são aquelas que

⁴³ Neste sentido, ver KLAUSNER, Eduardo Antônio. Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional..., p. 61 e seguintes.

o Estado importador exige para fiscalizar os produtos estrangeiros, para valoração aduaneira, controle de preços dos produtos estrangeiros. A burocracia das licenças prévias justificaria o protecionismo do produtor nacional.

Compras do setor público são práticas discriminatórias realizadas pelo setor público dos Estados, onde se privilegia o produto nacional, mesmo que mais caro do que o estrangeiro. Os requisitos locais estabelecem que uma parcela de um bem seja obrigatoriamente produzida domesticamente, enquanto os subsídios são auxílios oficiais, de ordem financeira, cambial, comercial ou fiscal, concedido diretamente ou indiretamente ao produtor para que se estimule a exportação do produto nacional, assim favorecendo o produtor doméstico.

Mecanismos regulatórios são regulamentos ou normas estatais que visam proteger a segurança e saúde dos animais, vegetais e pessoas, além da proteção ambiental. Dividem-se em barreiras técnicas lato sensu, que se subdividem em medidas sanitárias e fitossanitárias e as barreiras técnicas stricto sensu (exigências ilegítimas impostas a determinados bens sobre segurança, rotulação, embalagens e outros que acabem por discriminar o produto estrangeiro), e medidas de proteção ambiental.

A idéia que a utilização de normas nacionais de proteção ao consumidor pode ser uma barreira não tarifária para impedir o livre comércio internacional em benefício de fornecedores nacionais é errada. A proteção do consumidor não se encaixa em quaisquer das definições de barreiras não tarifárias, e seu objetivo não é favorecer qualquer profissional, mas sim tutelar o consumidor frente a uma relação desigual.

A proteção ao consumidor internacional é importante para o correto funcionamento do livre comércio. Ao contrário do que se pensa, ao estabelecerem padrões mínimos de segurança aos consumidores, tanto de saúde como contratual, a defesa do consumidor estimula maior competitividade no mercado, uma vez que os consumidores se sentem mais confiantes para atuar no mercado internacional. É o que afirma LIMA MARQUES:

"(...)há um forte componente político-econômico nas regras de proteção nacional e internacional dos consumidores, pois se um país exportador mantém um alto nível de proteção de seus consumidores aumenta a qualidade de seus produtos, que encontrarão maior aceitação internacional. Se um país turístico, aumenta o grau de proteção dos turistas e facilita o seu acesso à Justiça, garante melhores condições ao turismo e facilita o desenvolvimento deste importante setor econômico. em outras palavras, regras sobre o direito do consumidor interessam a competitividade do mercado interno e a competitividade internacional, assim como contribuem à criação de um

mercado interno com concorrência leal e à realização das políticas governamentais."⁴⁴

A Organização Mundial do Comércio (OMC), organização internacional que objetiva supervisionar e liberalizar o comércio internacional, promovendo uma prática leal do comércio, admite no artigo XX (d) de seu Acordo Constitutivo – GATT - de 1994 a proteção do consumidor como exceção ao livre-comércio. Tal também está presente no Acordo de Barreiras Técnicas (TBT) e o Acordo de Medidas Sanitárias e Fitossanitárias (SPS) em prol da saúde e da segurança das pessoas, ambos também da OMC. Então, é evidente que o Direito Internacional do Comércio, ramo do Direito Internacional Econômico que regula a conduta dos Estados em sua política comercial externa, e onde está inserido o direito material da OMC, recepciona o princípio da proteção do consumidor.

A Economia lida com resultados e eficiência⁴⁵. Por isso que, em uma primeira análise, a proteção do consumidor pode ser considerada uma barreira, de forma a coibir a ação dos empresários. Barreiras podem, por vezes, favorecer fornecedores em detrimento dos consumidores, uma vez que visam a privilegiar a produção nacional e não o adquirente dos produtos dela. A proteção do consumidor, e não só o benefício do empresário, deve ser a meta da integração da economia atual, pois isso faz funcionar a máquina do capitalismo. O consumidor, por ser agente e beneficiário da globalização, deixa de ser vítima da relação de consumo por conta de abusos cometidos pelos fornecedores quando a sua defesa é prioridade.

Apesar da Resolução número 39/248 da ONU, o surgimento do Direito do Consumidor nas legislações nacionais dos Estados não foi acompanhado, na maioria deles, de uma construção voltada para a produção normativa com relação ao consumidor em âmbito internacional. Por questões que envolvem resistência por parte da Economia (proteção do consumidor pode significar barreira não tarifária ao livre comércio) e o fato de o crescimento exponencial do consumo globalizado ser recente, ainda não há o que se pode chamar de um Direito Internacional do Consumidor⁴⁶. Entretanto, os esforços de blocos econômicos e Estados em Tratados e Acordos para harmonização de regras para a proteção do consumidor freqüentemente são notados no

⁴⁴ MARQUES, Claudia Lima. A insuficiente proteção do consumidor nas normas de Direito Internacional Privado: da necessidade de uma Convenção Interamericana (CIDIP) sobre a lei aplicável a alguns contratos e relações de consumo..., p. 7.

⁴⁵ VASCONCELOS, Raphael Carvalho de. Cross-Border Consumption and Brazilian Law..., p. 129.

⁴⁶ Em sua obra, KLAUSNER justifica que um Direito Internacional do Consumidor, dissociado do Direito Internacional do Comércio, seria o ideal para garantir a proteção ao consumidor internacional e o livre-comércio, numa relação de equilíbrio que considera a cultura globalizada.

cenário mundial com o objetivo de superar esse obstáculo e promover a defesa do consumidor internacional.

3. CAPÍTULO 2 - BLOCOS REGIONAIS E CONSUMIDOR INTERNACIONAL

3.1 A Formação de Blocos Frente ao Cenário da Economia Global e a Preocupação com o Consumidor

A nova ordem mundial levou a existência de uma Economia Global, demonstrando que a noção de Estado, que baseou a evolução social e política das histórias Moderna e Contemporânea, não era suficiente para o pleno desenvolvimento econômico que a globalização pressupõe, de interações econômicas progressivamente mais intensas e complexas⁴⁷. O volume de acordos bilaterais e multilaterais cresceu para fomentar o comércio internacional e os países começaram a caminhar no sentido de se integrarem com o intuito de fortalecerem o mercado regional para que houvesse adequada inserção internacional e melhores condições de vida para os seus habitantes.⁴⁸

Antes do surgimento deste novo cenário mundial, as organizações internacionais apoiavam-se no modelo da cooperação, em que os Estados deliberavam mediante pleno acordo de todos os envolvidos. Este modelo revelou-se insuficiente frente às necessidades de os Estados firmarem a relação monopolista das economias através de união de esforços entre eles e de as empresas transnacionais atuarem simultaneamente em países diferentes sem barreiras.⁴⁹ A solução, portanto, foi de superar o modelo da cooperação e migrar para a regionalização.

A regionalização é uma contrapartida dos Estados aos efeitos sentidos por estes diante do fenômeno da globalização, buscando incentivar a centralização econômica e defender os interesses empresariais da integração econômica regional. Apesar de aparentemente oposta à globalização, a regionalização atua de forma análoga, pois é uma forma de países com interesses em comum terem maior competitividade no mercado mundial e relevância num contexto em que prevalecem a comunicação estreita entre Estados e o aumento do comércio internacional.

Nas últimas décadas, os países viram a necessidade de se unirem em blocos a fim de reduzirem barreiras tarifárias e incrementarem o comércio internacional para competirem no

⁴⁷ KLAUSNER, Eduardo Antônio. Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional..., p.32

⁴⁸ GAIO JÚNIOR, Antônio Pereira. O Consumidor e Sua Proteção na União Europeia e Mercosul: pesquisa conjuntural como contribuição à Política Desenvolvimentista de Proteção Consumerista nos Blocos,... p. 29.

⁴⁹ *Idem*, p. 26-27.

mundo globalizado⁵⁰. Desta forma, as economias nacionais se integram para permitirem criar novas condições de desenvolvimento e de organização das atividades produtivas.

GAIO JÚNIOR expõe que níveis maiores de integração são atingidos através de etapas que se complementam de acordo com os objetivos dos chamados Estados-membros de cada bloco econômico. São eles, em ordem crescente de integração: Zona de Preferência Tarifária, Zona de Livre Comércio, União Aduaneira, Mercado Comum e União Econômica.⁵¹

A Zona de Preferência Tarifária consiste em dois ou mais Estados com adoção mútua de tarifas reduzidas para condições privilegiadas de comercialização. A Zona de Livre Comércio baseia-se em dois ou mais Estados com alíquota de zero por cento no comércio entre os Estados-membros, sendo os produtos do bloco identificados através de certificado de origem, excetuando determinados setores considerados sensíveis a uma redução imediata e abrupta, tendo tais setores um maior prazo para adaptação à esta nova realidade tarifária.

A União Aduaneira é a etapa de integração em que os Estados-membros, de forma imediata ou gradual, eliminam reciprocamente barreiras alfandegárias e comerciais à circulação de mercadorias entre eles e adotam políticas comerciais comuns com relação a países alheios aos membros, denominada Tarifa Externa Comum (TEC).

O Mercado Comum é caracterizado pela livre circulação dos fatores de produção, capital e trabalho, mercadorias e serviços pelos nacionais do território integrado. Finalmente, a União Econômica junta a TEC às características do Mercado Comum e as associa à existência de uma moeda única, sendo esta etapa a última de desenvolvimento da integração econômica regional.

Insta mencionar que o processo de globalização não está finalizado; pelo contrário, desenvolve-se conjuntamente com os esforços estatais para que haja uma interação cada vez maior entre eles, resultando em uma sociedade global.

A globalização estimula a regionalização, uma vez que intensifica a formação de blocos econômicos regionais para favorecer o comércio entre os Estados integrantes deles; conseqüentemente, surgiu um Direito Comunitário, formado pelos princípios e normas

⁵⁰ ABREU, Paula Santos de. A Proteção do Consumidor no Âmbito dos Tratados da União Europeia, Nafta e Mercosul,... p. 2

⁵¹ GAIO JÚNIOR, Antônio Pereira. O Consumidor e Sua Proteção na União Europeia e Mercosul: pesquisa conjuntural como contribuição à Política Desenvolvimentista de Proteção Consumerista nos Blocos,... p.39. O autor explica que tais etapas são oriundas de um processo empírico a partir de experiências de integração regional ocorridas neste processo e atuantes no presente.

resultantes desse processo de integração econômica.⁵²

A preocupação em não haver obstáculos à integração dos Estados acabou por deixar a questão da proteção do consumidor no âmbito dos blocos de lado inicialmente, por conta de equivocado pensamento de que a defesa do consumidor significaria uma barreira ao livre comércio, já explicado no capítulo anterior. Contudo, os blocos mais avançados atualmente consideram o consumidor como parte essencial para o êxito da integração.

A prática da regionalização pelos Estados, a priori, foi marcada pelo objetivo de união de economias nacionais para uma entrada relevante no mercado mundial; a questão social foi, contudo, olvidada. O que ocorreu posteriormente foi que, para que os blocos se fortalecessem e atingissem níveis mais elevados de integração, assim alcançando os respectivos objetivos e tendo destaque no comércio internacional, atentar-se para os direitos humanos e considerar o indivíduo como agente do mercado tornou-se ponto relevante, sob pena de estagnar o evoluir do processo integracionista.

Uma vez que o consumidor é agente e beneficiário do mercado, é enorme a sua importância relacionada aos blocos regionais. A proteção do consumidor, e não só o benefício do empresário que investe dentro do bloco regional, deve ser a meta da integração econômica. O consumo contribui para a formação de mercados únicos, pois

"(...) possui um efeito acelerador do investimento, pois aumenta o investimento e a riqueza que, bem distribuída, proporciona melhoria das condições de vida das pessoas, meta última do Estado de Bem-Estar Social (...)"⁵³

Se os blocos querem fomentar o seu comércio, devem estimular o consumo, inclusive o internacional dentro do bloco, garantindo confiança e segurança jurídica aos seus habitantes.

Ciente deste fato, a União Europeia (UE), zona considerada atualmente como a mais avançada em questão de bloco regional econômico e também social, trata da proteção do consumidor como um objetivo primordial para a sua existência. Procurando seguir os mesmos passos, o Mercado Comum do Sul (Mercosul), ainda de forma embrionária, também procura avançar na defesa do consumidor e considerar a sua vulnerabilidade, atento ao fato de que isto é necessário para atingir os objetivos do bloco. O tema em tais blocos será analisado a seguir com mais especificidade.

⁵² KLAUSNER, Eduardo Antônio. Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional..., p.34

⁵³ *Idem*, p.44.

3.2 A União Europeia

A União Europeia (UE) é o resultado dos esforços realizados desde 1950 pelos promotores da Europa Comunitária. Constitui a mais avançada organização de integração multisetorial da atualidade, atuando tanto nos setores econômico, social e político como nos direitos dos cidadãos e das relações exteriores dos seus Estados-membros.⁵⁴

ALDAZ considera que a proteção do consumidor na UE pode se dividir em três fases antes da sua plena consolidação num Tratado.⁵⁵ A primeira fase, que foi dos anos 50 até o início dos 70, chamada de "Europa dos Comerciantes", abrange o Tratado de Roma, que foi o embrião para a atenção se voltar ao consumidor, quando, na política agrícola, estabeleceu que deveriam haver preços razoáveis aos consumidores.

A fase seguinte caracteriza o que o autor chama de "O Desenho da Europa dos Cidadãos", quando começa a haver a produção de conceitos fundamentais para a tutela do consumidor. Constatou-se que como massificação do consumo gerava distorções no plano econômico, o consumidor era agente do comércio, sendo o seu papel ser fator de equilíbrio no mercado⁵⁶. Assim, a partir desta época foram apresentados programas preliminares que visavam a proteção do consumidor.

A terceira fase é chamada pelo autor de "Europa dos Consumidores", quando, após se enxergar a necessidade de tutela para o consumidor como maneira indispensável para o bom funcionamento do mercado dentro do bloco, uma série de diretivas foram aprovadas com o objetivo da proteção do consumidor, até que, finalmente, a defesa do consumidor foi abordada em um dos tratados que constituíam direito originário da UE.

Foi com o Tratado de Maastrich, de 1992, que houve a introdução de uma dimensão política na integração europeia e ao desenvolvimento de sua dimensão social, pois houve a passagem da noção da UE de uma Comunidade Econômica para uma União política.⁵⁷ Além da consolidação da proteção do consumidor, elencada nos objetivos referidos no próprio corpo do tratado, também houve a instituição da cidadania no escopo da UE, importantíssima para a compreensão do bloco

⁵⁴ ABREU, Paula Santos de. A Proteção do Consumidor no Âmbito dos Tratados da União Europeia, Nafta e Mercosul,... p. 3

⁵⁵ ALDAZ, C. Martinez de Aguirre Y. Derecho Comunitário y Protección de los consumidores,... p. 22

⁵⁶ KLAUSNER, Eduardo Antônio. Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional..., p. 84

⁵⁷ MARTINS, Ana Maria Guerra. Manual de Direito da União Europeia,... p. 224.

e da sua notável defesa do consumidor.

O conceito de cidadania tem como objetivo centralizar o ser humano com relação às suas preocupações, o que evidencia o viés social que a União passou a carregar. *"A cidadania caminha a par da idéia de pertença a uma comunidade de direitos e deveres, nos quais se inclui a noção de igualdade"*.⁵⁸ O Estado não é mais a única entidade que a se ter por referência a qual se perspectiva a cidadania; a referência, agora, também é a União.

As normas jurídicas produzidas pela União se aplicam diretamente aos indivíduos, ao mesmo tempo em que a soberania dos Estados-membros é efetivamente partilhada em favor da União, tornando os cidadãos sujeitos a UE, participando ativamente das normas e atos jurídicos da União.

Mais do que uma organização internacional, a UE tem por natureza jurídica a de ser uma união de Estados e cidadãos⁵⁹, uma vez que não é só um bloco econômico, mas uma verdadeira integração econômica, política e social.

Então o indivíduo faz parte ativa, agora, de uma União de Estados no continente europeu. Essa perspectiva humanista faz com que a UE seja considerada o mais evoluído bloco regional do mundo, pois aproximou os seus cidadãos numa noção comunitária que vai além do objetivo puramente econômico. Ao mesmo tempo, caminhou para ter todas as características de uma União Econômica, pois adotou a moeda única, a TEC e ainda possui as características de um Mercado Comum.

Entende a UE que o consumidor é fundamental para a máquina do Mercado Comum; sem a sua devida proteção, o comércio se estagna e sofre lesões consideráveis, uma vez que é o consumidor quem dita a produção e quem fomenta o mercado como destinatário final dos bens e serviços que adquire. A cidadania da UE tem implicância direta no tratamento do consumidor pois, uma vez cidadão do bloco, a tutela destinada ao seu consumo vem tanto do direito interno dos Estados-membros quanto do direito comunitário que a União produz. Ambos os direitos estão interligados por conta dos objetivos da UE, que são a prioridade de todo o bloco, e a garantia da eficácia do direito comunitário na ordem jurídica interna dos Estados-membros vem através dos princípios da primazia e da aplicabilidade imediata.⁶⁰

⁵⁸ MARTINS, Ana Maria Guerra. Manual de Direito da União Europeia,... p. 223.

⁵⁹ *Idem*, p. 218.

⁶⁰ GAIO JÚNIOR, Antônio Pereira. O Consumidor e Sua Proteção na União Europeia e Mercosul: pesquisa conjuntural como contribuição à Política Desenvolvimentista de Proteção Consumerista nos Blocos,... p. 92.

O princípio da primazia define regras de hierarquia normativa, uma vez que, quando há conflito entre norma comunitária e norma de direito interno do Estado-membro, a primeira prevalece sobre a segunda.⁶¹ Considera-se que o direito comunitário, por ser o que liga todos os países que constituem a UE e garante a autonomia das instituições inerentes ao bloco, deve ser a base de todos os direitos nacionais dos Estados-membros, demonstrando que a União tem valores e objetivos comuns sem abrir mão das particularidades dos ordenamentos jurídicos de cada país.

A primazia só se torna possível graças ao princípio da aplicabilidade imediata, em que se entende que a ordem comunitária não se incorpora, mas está efetivamente integrada às ordens nacionais. A norma comunitária tem efeito imediato e todo ser dotado de personalidade jurídica de direito interno é titular de direitos e obrigações advindos das regras da UE em vigor⁶². Não depende do processo de incorporação tradicional do direito internacional público a aplicação da ordem jurídica comunitária, razão pela qual a primazia se torna realizável.

O direito comunitário, portanto, conta com os princípios da primazia e da aplicabilidade imediata, que possibilitam o alcance dos objetivos da UE no âmbito do ordenamento jurídico interno dos Estados-membros. A proteção do consumidor, como um desses objetivos, dispõe de um aparato complexo que envolve suas instituições, princípios e fontes da UE para o fim de sua realização.

As instituições da UE têm setores especiais para o cuidado com a proteção dos consumidores: além de haver, no Conselho -principal órgão de direção política da UE, composto pelos chefes de Estado ou Governo dos Estados-membros-, uma formação para a proteção dos consumidores juntamente com a saúde, há os dois órgãos consultivos, que são o Comitê Econômico e Social e o Comitê das Regiões. O primeiro é formado pela sociedade civil organizada e para representar seu ponto de vista, contando com representantes dos consumidores em sua composição, e o segundo é formado por representantes dos poderes locais e regionais dos Estados-membros, tratando de cooperações transfronteiriças. Ambos elaboram pareceres e podem inclusive trabalhar juntos. É o que se chama de "comitologia": a função, apesar de não vinculativa, é de assistir os exercícios das atividades das instituições da UE⁶³.

Portanto, como existe a preocupação na UE de dar atenção às necessidades do ser humano,

⁶¹ MARTINS, Ana Maria Guerra. Manual de Direito da União Europeia,... p. 493.

⁶² GAIO JÚNIOR, Antônio Pereira. O Consumidor e Sua Proteção na União Europeia e Mercosul: pesquisa conjuntural como contribuição à Política Desenvolvimentista de Proteção Consumerista nos Blocos,... p. 93.

⁶³ *Idem*, p. 83.

uma vez que o cidadão figura ativamente no espaço da União, há produção normativa intensa com relação à proteção do consumidor, procurando que ele goze de efetiva qualidade de vida, acesso à Justiça facilitado e confiança para que possa agir no mercado e movimentar a economia da União.

3.2.1 Os Princípios Básicos da União Europeia para a Defesa do Consumidor

Valores fundamentais são a base axiológica para os quais vão se direcionar os princípios da União Europeia e reforçam a idéia de que a UE não é uma mera organização internacional, mas uma união de Estados e Cidadãos. A promoção dos direitos, da prosperidade e do bem-estar dos consumidores faz parte dessa cadeia de valores, destinados ao correto funcionamento do bloco.

Visando a atingir este valor em específico com relação à tutela do consumidor, a UE produziu uma cartilha⁶⁴ contendo os dez princípios básicos para a sua proteção. Estabelece-se que tais princípios fazem parte de um nível mínimo de proteção a ser seguido pelos Estados-Membros, estando eles livres para oferecer maior proteção, se quiserem.

São os princípios:

- a) compre o que quiser e onde quiser: há isenção de taxa aduaneira e de IVA adicional quando se regressa ao país, com exceção de armas de fogo e artigos moralmente ofensivos;
- b) se não funciona, devolva: pode devolver o produto danificado em até dois anos. Nos seis primeiros meses, o ônus da prova é do vendedor, para dizer que o produto funcionava como mandava o contrato. É o princípio de que o produto tem de cumprir com as cláusulas do contrato de venda;
- c) elevadas normas de segurança para bens alimentares e outros bens de consumo: há preocupação com o que entra na UE e com o que é comercializado dentro dela.
- d) saiba o que come: devem haver leis rigorosas para os rótulos. O consumidor deve saber exatamente o que está consumindo e também há legislação à parte para que a comida seja mais fresca e saudável, como, por exemplo, a redução de sódio;

⁶⁴ A Defesa do Consumidor na União Europeia: dez princípios básicos. Disponível em <http://europa.eu.int/comm/consumers/cons_info/10principles_en.htm>. Último acesso em 2 de novembro de 2015.

e) os contratos devem ser justos para os consumidores: a existência de cláusula obscura ou abusiva é proibida, o contrato deve ser claro para quem o aceita;

f) por vezes, os consumidores podem mudar de idéia: a venda porta-a-porta e a venda forçada são vedadas e há 7 dias para arrependimento de compra on-line e televenda;

g) facilitar a comparação de preços: nos supermercados, por exemplo, há em todas as prateleiras o preço por medida de cada produto, sendo, assim, mais fácil para o consumidor em potencial saber qual marca vai adquirir;

h) os consumidores não devem ser induzidos em erro: os vendedores devem ser francos e honestos, prestando informação completa sobre quem são, os produtos que vendem, os preços que têm com as taxas e despesas e os prazos de entrega;

i) proteção durante as férias: por haver muitos Estados-Membros com muitas línguas diversas, o contrato de aluguel de casa em outro Estado ou de hotel deve ser na língua do contratante. Em caso de falência, a empresa deve fazer regressar os consumidores, também devem compensar caso o local não corresponda ao prometido;

j) vias de reparação eficazes em caso de litígios transfronteiriços: Rede de Centros Europeus do Consumidor é uma rede à escala da UE destinada a promover a confiança dos cidadãos, aconselhando-os sobre os seus direitos de consumidores na UE e ajudando-os na resolução de conflitos de consumo.

Os princípios devem ser levados em conta não só pelos Estados-membros em seus atos legislativos, mas também e pelos fornecedores residentes da UE com o objetivo de proteção dos consumidores frente aos abusos cometidos pelos empresários. A União está ciente da vulnerabilidade do consumidor e procura a sua defesa através de tais princípios e de outros instrumentos advindos de suas fontes.

3.2.2 As Fontes de Direito da União Europeia e Suas Relações com o Consumidor

Atualmente, as fontes de direito na UE se dividem em três: primárias, derivadas e subsidiárias⁶⁵. Todas as três fontes têm destaque para que a proteção do consumidor na UE seja

⁶⁵ MARTINS, Ana Maria Guerra. Manual de Direito da União Europeia,... p. 455 e GAIO JÚNIOR, Antônio Pereira. O Consumidor e Sua Proteção na União Europeia e Mercosul: pesquisa conjuntural como contribuição à Política Desenvolvimentista de Proteção Consumerista nos Blocos,... p. 83.

considerada o paradigma mundial⁶⁶.

a) fontes primárias

As fontes primárias de direito na UE são os tratados institutivos da UE e os que os modificaram, hoje traduzidos nos Tratado da União Europeia (TUE) e Tratado de Funcionamento da União Europeia (TFUE), e a Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia. Todos possuem igual valor jurídico⁶⁷.

Estabelecendo o TUE em seu preâmbulo o objetivo de melhorar a vida do cidadão e promover o progresso econômico e social dos seus povos, o TFUE, por sua vez, assegura em seu título XV a defesa dos consumidores, além de, no artigo 12º, estabelece que as exigências em matéria de defesas dos consumidores serão levadas em conta na definição e execução das demais políticas e ações da União. A Carta dos Direitos Fundamentais da UE elenco a defesa do consumidor em seu artigo 38º. Tal aparato demonstra que a UE reconhece que a proteção dos consumidores é fundamental para o cumprimento dos objetivos do bloco.

b) fontes derivadas

As fontes derivadas de direito na UE são os elementos ou atos jurídicos decorrentes dos tratados, sendo os regulamentos, as diretivas, as decisões, as recomendações e os pareceres e os Livros Verdes e os Livros Brancos.

Os regulamentos são atos normativos que possuem caráter geral e de conteúdo obrigatório em todos os seus elementos, sendo diretamente aplicável aos Estados-Membros. A diretiva é um instrumento que estabelece obrigação de resultado mas possibilita ao Estado-membro a liberdade de escolha do meio para alcançá-lo. As decisões são atos legislativos com destinatários precisos e não podem ser aplicadas de forma incompleta ou seletivas, enquanto que as recomendações e pareceres têm apenas função orientadora, não vinculativa.

A produção legislativa comunitária em relação à proteção dos consumidores se faz principalmente através das diretivas e alguns regulamentos.⁶⁸

Especial papel têm as diretivas em relação à proteção do consumidor no âmbito da UE. Tal ato normativo é o mais utilizado, uma vez que busca promover a harmonização entre as legislações dos Estados-membros. São uma reserva de competência legislativa em favor dos

⁶⁶ GAIO JÚNIOR, Antônio Pereira. O Consumidor e Sua Proteção na União Europeia e Mercosul: pesquisa conjuntural como contribuição à Política Desenvolvimentista de Proteção Consumerista nos Blocos,... p. 19.

⁶⁷ MARTINS, Ana Maria Guerra. Manual de Direito da União Europeia,... p. 458.

⁶⁸ KLAUSNER, Eduardo Antônio. Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional..., p. 232

Estados-membros⁶⁹, em que estes são vinculados apenas ao resultado, sendo eles livres para elaborar a forma de obtê-lo. Essa sua característica peculiar a torna essencial para a convivência entre os ordenamentos jurídicos nacionais e o ordenamento jurídico comunitário -o que pertence à UE. Um exemplo é a Diretiva 85/374/CEE do Conselho, de 25 de junho de 1985, a qual fala sobre aproximação legislativa, regulamentar e administrativa dos Estados-membros com relação à responsabilidade decorrente de produtos defeituosos.

As diretivas são amplamente utilizadas para que se atinja o objetivo de efetivar a tutela do consumidor no âmbito da UE, sendo eficiente para que se diminuam as disparidades entre os países e se aproximem do alcance dos objetivos; contudo, ainda não provaram ser o caminho ideal para a harmonização máxima da legislação consumerista comunitária.

A UE tem a preocupação em aproximar normas que possuem incidência direta e efetiva sobre o funcionamento e implementação do Mercado Comum. Aposta, então, na harmonização legislativa para que conceitos sejam estabelecidos, de forma a utilizar da diretiva como meio principal de atingir elevada proteção do consumidor.

O que acontece, entretanto, é que as diretivas se mostram eficientes para promover a harmonização mínima, uma vez que vinculam os Estados-membros apenas com relação aos resultados delas. Assim, por conta da liberdade que usufruem os Estados-membros para alcançar a meta da diretiva, além de serem livres também para promoverem proteção mais estrita que os *standarts* dos princípios básicos para a defesa do consumidor, combinados com a pluralidade de diretivas existentes relacionadas ao assunto, existe uma polissemia de conceitos básicos consumeristas⁷⁰ (consumidor, fornecedor, relação de consumo) que leva a uma fragmentação normativa.

É o que ocorre, por exemplo, com a diretiva 2008/48/CE do Parlamento e do Conselho, que cuida dos contratos de crédito com os consumidores. Seu artigo 3º define consumidor como pessoa singular que atua com fins alheios às suas atividades comerciais e profissionais. Ocorre que, em seu considerando de número 15, a diretiva possibilita os Estados-membros de concederem crédito ao consumidor que apenas fosse pessoa coletiva ou determinadas pessoas

⁶⁹ GAIO JÚNIOR, Antônio Pereira. O Consumidor e Sua Proteção na União Europeia e Mercosul: pesquisa conjuntural como contribuição à Política Desenvolvimentista de Proteção Consumerista nos Blocos,... p. 121.

⁷⁰ *Idem*, p. 124.

coletivas⁷¹.

A diretiva 2006/114/CE, que se refere à publicidade enganosa e comparativa, não define o conceito de consumidor mas, ao definir o que é a publicidade enganosa, disserta que quem pode ser atingida por ela são “*peçoas a quem se dirige ou que atinge e cujo comportamento econômico pode afetar*”.⁷²

A amplitude de diretivas com relação ao direito dos consumidores acaba proporcionando um leque de variadas definições basilares das relações consumeristas, o que causa insegurança jurídica uma vez que a harmonização não se torna plena.

Os regulamentos, que, ao contrário das diretivas, têm aplicabilidade imediata nos Estados-membros, também são utilizados para regular a tutela do consumidor, visando à proteção da saúde e dos interesses econômicos do consumidor e seu melhor acesso à Justiça com relação a produtos e serviços postos no mercado de consumo europeu.⁷³ É exemplo o Regulamento 44/01, de 16 de janeiro de 2001, o qual versa sobre normas para contratos de consumo (incluindo o comércio eletrônico) e a competência judiciária deles.

Os Livros Verdes são documentos publicados, após consulta e debate com os interessados,

⁷¹ Disponível em < <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:32008L0048>>. Último acesso em 30 de outubro de 2015. Da diretiva:

(15)

As disposições da presente directiva são aplicáveis independentemente de o mutuante ser uma pessoa colectiva ou uma pessoa singular. Todavia, a presente directiva não afecta o direito dos Estados-Membros limitarem, no respeito do direito comunitário, a concessão de crédito ao consumidor apenas a pessoas colectivas ou a determinadas pessoas colectivas.

Artigo 3.o

Definições

Para efeitos da presente directiva, entende-se por:

- a) «Consumidor»: a pessoa singular que, nas transacções abrangidas pela presente directiva, actua com fins alheios às suas actividades comerciais ou profissionais;

⁷² Disponível em < <http://old.eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:376:0021:0027:PT:PDF>>. Último acesso em 30 de outubro de 2015. Da diretiva:

Artigo 2.o

Na aceção da presente directiva, entende-se por:

(...)

- b) «Publicidade enganosa»: a publicidade que, por qualquer forma, incluindo a sua apresentação, induz em erro ou é susceptível de induzir em erro as pessoas a quem se dirige ou que atinge e cujo comportamento económico pode afectar, em virtude do seu carácter enganador, ou que, por estas razões, prejudica ou pode prejudicar um concorrente).

⁷³ Ver item 69.

para promover uma reflexão a nível europeu sobre um assunto específico. Através deles, são discutidos importantes meios de acesso à Justiça pelo consumidor, como o Livro Verde de reparação coletiva publicado em 2008⁷⁴ podendo dar origem a propostas legislativas, que são, então, apresentadas em Livros Brancos.⁷⁵

c) fontes subsidiárias

São as fontes subsidiárias de direito na UE os elementos do direito que os tratados não prevêm, sendo estas lacunas preenchidas pela jurisprudência, o Direito Internacional, os princípios gerais de direito e os costumes, e através do Tribunal de Justiça da União Europeia (TJUE), onde pessoas individuais e coletivas podem demandar.

A jurisprudência é de relevante importância para o Direito Comunitário europeu porque ajuda a desenvolvê-lo e, principalmente, auxilia na interpretação dos tratados. O Direito Internacional é utilizado de forma subsidiária porque prevalece o Direito Comunitário, que é aquele que foi confeccionado no seio da União. Os princípios gerais de direito e os costumes vêm para auxiliar os valores fundamentais da UE e a atingir os objetivos da União, descritos no âmbito do TUE.

Relacionado à jurisprudência, relevância se dá ao *leading case "Shearson Lehman Hutton"*, C 89/91, de 10 de janeiro de 1993⁷⁶, em que, além de reconhecer o princípio da vulnerabilidade do consumidor, ainda definiu o conceito de consumidor no seio da União Europeia. No caso, foi definido que apenas o consumidor privado, destinatário final, não envolvido em operações profissionais ou comerciais, usufruiria do benefício do foro privilegiado na Convenção de Bruxelas, e reconheceu que o foro especial para o consumidor é destinado a protegê-lo enquanto parte do contrato mais fraca e juridicamente menos experiente do que o seu cocontratante⁷⁷.

A definição de consumidor estabelecida por esta jurisprudência é autônoma, pois comunitária, e a legislação dos Estados-Membros pode definir o consumidor de forma mais

⁷⁴ TANG, Zeng Sophia. *Consumer Collective Redress In European Private International Law...* p. 3. O instituto do *Consumer Collective Redress*, que é um mecanismo de partilha de custos e consolidação de procedimento pelo qual as reivindicações de um grupo de requerentes com questões fatuais e jurídicas semelhantes estão reunidos juntos em uma ação. É um litisconsórcio transfronteiriço com o objetivo de resolver o problema da fraqueza do consumidor frente à empresa e ao caro e demorado processo nos tribunais, facilitando, assim, seu acesso à justiça. O conceito não é exclusivamente europeu (existe nos Estados Unidos da América e na Austrália, por exemplo). Neste *Green Paper* em específico, a UE estabeleceu princípios mínimos para a existência dos *collective redress*

⁷⁵ Disponível em < http://ec.europa.eu/green-papers/index_pt.htm>. Último acesso em 30 de outubro de 2015.

⁷⁶ Disponível em < <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:61991CJ0089>> . Último acesso em 29 de outubro de 2015.

⁷⁷ KLAUSNER, Eduardo Antônio. *Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional...*, p.234.

protetiva; é, portanto, um *standart* mínimo, não sendo absoluto, uma vez que não há uma definição harmônica máxima em relação ao conceito de consumidor.

Apesar da ampla gama de recursos destinados a tecer uma apropriada proteção ao consumidor, a UE ainda não conseguiu chegar ao que se chamaria de "Europa do Consumo", pois ainda há discrepâncias entre os ordenamentos jurídicos dos Estados-membros. Há, ainda, pressão dos empresários europeus nos governos dos Estados-membros, alegando que uma proteção ao consumidor homogênea em toda a UE acarretaria em custos altos para eles⁷⁸.

Insta ressaltar que a defesa do consumidor na UE se limita ao seu território. O consumidor europeu não tem, por exemplo, a possibilidade de adotar o instituto do *collective redress* contra fornecedor de Estado alheio ao bloco⁷⁹. Assim, o consumidor da UE só tem a sua proteção garantida dentro da própria União.

Mesmo assim, a atuação em relação ao consumidor desenvolvida pela UE influencia amplamente outros blocos, como é o caso da ainda pobre defesa do consumidor no escopo do Mercosul.

3.3 O Mercosul

O Mercado Comum do Sul (Mercosul) é uma aliança comercial que visa dinamizar a economia regional, movimentando entre si pessoas, mercadoria, força de trabalho e capitais. Possui cinco membros plenos: Brasil, Argentina, Paraguai, Uruguai e Venezuela.

Trata-se de uma união aduaneira imperfeita, uma vez que ainda não implantou a TEC em 100% do seu universo tarifário, sendo aperfeiçoá-la uma de suas metas basilares. O objetivo primordial do Tratado de Assunção é a integração dos Estados Partes por meio da livre circulação de bens, serviços e fatores produtivos, do estabelecimento de uma Tarifa Externa Comum (TEC), da adoção de uma política comercial comum, da coordenação de políticas macroeconômicas e setoriais, e da harmonização de legislações nas áreas pertinentes.⁸⁰

O Mercosul tem como fonte de direito originário o Tratado de Assunção (TA), que é seu tratado institutivo, aos quais se anexam os protocolos que são aprovados pelos Estados-membros.

⁷⁸ KLAUSNER, Eduardo Antônio. Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional..., p. 117

⁷⁹ TANG, Zeng Sophia. Consumer Collective Redress In European Private International Law,... p. 26.

⁸⁰ Disponível em < <http://www.mercosul.gov.br/index.php/saiba-mais-sobre-o-mercossul>>. Último acesso em 29 de outubro de 2015.

Do TA, infere-se que o bloco possui quatro princípios: o da gradualidade, o da flexibilidade, o do equilíbrio e o da reciprocidade.⁸¹

O princípio da gradualidade estabelece que os objetivos do Mercado Comum se concretizam através de etapas sucessivas a serem superadas pelos Estados-partes através da relação entre eles e das definições alcançadas pelos protocolos. O princípio da flexibilidade se refere a serem possíveis interpretações e tomada de decisões versáteis a partir das questões abordadas nos protocolos.

O princípio do equilíbrio distribui o custo social e econômico e os benefícios da integração entre os Estados-partes, de forma que não haja ônus ou vantagem para somente um ou uns, mas atinja a todos de forma igual. O princípio da reciprocidade, por sua vez, estabelece que aos Estados-partes há obrigações e direitos recíprocos.

Constituem-se também fontes originárias do Mercosul o Protocolo de Ouro Preto (POP), que instituiu a personalidade jurídica do bloco, e o Protocolo de Brasília.⁸² Ambos, juntamente com o Tratado de Assunção, afirmam a autonomia do Mercosul.⁸³ Os demais instrumentos, tais como acordos, decisões, resoluções e outros protocolos, constituem fonte de direito derivado.

Diferentemente da UE, o Mercosul não possui uma base principiológica que estabelece um direito comunitário hierarquicamente acima do direito nacional dos Estados que o constituem. O ordenamento jurídico mercosulino depende de ratificação dos países para que o direito interno deles os absorva de acordo com as regras de Direito Internacional Público.

A estrutura orgânica do Mercosul⁸⁴ foi estabelecida no TA e aperfeiçoada no POP. Constitui-se em Conselho do Mercado Comum, que é o órgão superior, com competência de condução política do processo de integração e tomada de decisões a fim de se atingir os objetivos do bloco; Grupo Mercado Comum, composto pelos Ministros das Relações Exteriores, do Banco Central e da Economia de cada Estado-parte, é o órgão executivo; Comissão de Comércio do Mercosul, que auxilia o Grupo Mercado Comum através da análise da aplicação dos instrumentos de política comercial comum do Mercosul; Comissão Parlamentar Conjunta, órgão que representa os parlamentos dos Estados-partes; Foro Consultivo Econômico-Social, que representa

⁸¹ GAIO JÚNIOR, Antônio Pereira. O Consumidor e Sua Proteção na União Europeia e Mercosul: pesquisa conjuntural como contribuição à Política Desenvolvimentista de Proteção Consumerista nos Blocos,... p. 165.

⁸² GOMES, Joséli Fiorin. Uma Análise da Proteção do Consumidor no Mercosul: "La Trama Y El Desenlace",... p.4.

⁸³ GAIO JÚNIOR, Antônio Pereira. O Consumidor e Sua Proteção na União Europeia e Mercosul: pesquisa conjuntural como contribuição à Política Desenvolvimentista de Proteção Consumerista nos Blocos,... p. 190.

⁸⁴ GAIO JÚNIOR, Antônio Pereira. O Consumidor e Sua Proteção na União Europeia e Mercosul: pesquisa conjuntural como contribuição à Política Desenvolvimentista de Proteção Consumerista nos Blocos,... p. 167.

os setores econômico e social de cada Estado-parte; e a Secretaria Administrativa do Mercosul, órgão de apoio operacional e de prestação de serviços do bloco.

Há um sistema de solução de controvérsias no Mercosul em que os Estados-partes e os particulares podem participar e reclamar. Contudo, é incapaz de impor obrigações e o cumprimento dos deveres de integração, e não assegurou ao indivíduo o efetivo direito de reclamação e recurso frente à ação e omissão de seu país ou de terceiros.⁸⁵

3.3.1. A Proteção do Consumidor Mercosulino

A trajetória acerca da tentativa harmonização legislativa consumerista no âmbito do Mercosul é complexa e ainda não se completou, uma vez que a solução para a proteção do consumidor mercosulino ainda não foi alcançada.

O Tratado de Assunção não fala expressamente sobre o consumidor em seu texto; contudo, interpretação extensiva revela que, haja vista o consumidor ser essencial para o funcionamento do Mercado Comum e o TA admitir em seu considerando que "*a ampliação das atuais dimensões de seus mercados nacionais, através da integração, constitui condição fundamental para acelerar seus processos de desenvolvimento econômico com justiça social*" e

“que os Estados-partes estão convencidos da necessidade de modernizar suas economias para ampliar a oferta e a qualidade dos bens de serviço disponíveis, a fim de melhorar as condições de vida de seus habitantes”

A defesa do consumidor é, então, essencial para a efetiva integração do Mercosul.⁸⁶

Desta forma, a proteção do consumidor no Mercosul começou a ser discutida no Grupo Mercado Comum, onde foi criada uma Comissão de Estudos de Direito do Consumidor, um grupo de trabalho com o objetivo de coordenação de políticas macroeconômicas.⁸⁷ Com o POP, em 1994, tal Comissão passou a figurar no Comitê Técnico 7 (CT-7) da Comissão de Comércio do Mercosul, a fim de estabelecer regras para a tutela do consumidor no bloco⁸⁸ com mais autonomia.

⁸⁵ MARQUES, Cláudia Lima. O Código Brasileiro de Defesa do Consumidor e o MERCOSUL: estudos sobre a proteção do consumidor no Brasil e no MERCOSUL,... p. 98.

⁸⁶ Disponível em < http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1270491919.pdf>. Último acesso em 31 de outubro de 2015.

⁸⁷ MARQUES, Cláudia Lima. Direitos do Consumidor no Mercosul: algumas sugestões frente ao impasse,... p. 20.

⁸⁸ ABREU, Paula Santos de. A Proteção do Consumidor no âmbito dos Tratados da União Europeia, Nafta e Mercosul..., p.9.

3.3.1.1. O Regulamento Comum de Defesa do Consumidor

O CT-7 desenvolveu, juntamente com o Grupo Mercado Comum, uma série de resoluções parciais para a defesa do consumidor (Resoluções 123/96, 124/96, 125/96, 126/96 e 127/96), constituindo elas os capítulos de um projeto de Regulamento Comum de Defesa do Consumidor, que era a meta a ser alcançada. O anexo da Resolução 123/96 definia consumidor, fornecedor e relação de consumo, deixando a cargo dos Estados-partes definir, depois, o conceito de serviços.

Em 1997, tal regulamento comum foi apresentado sob o nome de Protocolo de Defesa do Consumidor do Mercosul. Foi aprovado pelo Ministério da Justiça; porém, a Delegação brasileira na Comissão e Comércio do Mercosul o recusou, alegando que o protocolo continha direitos do consumidor inferiores aos elencados no Código de Defesa do Consumidor (CDC) brasileiro.

O Protocolo de Defesa do Consumidor do Mercosul foi além do objetivo do bloco de harmonizar as legislações, pois se revelou em uma verdadeira unificação delas.⁸⁹ Não se estabeleceram normas mínimas consumeristas, de modo a caber aos Estados-partes promover proteção mais estrita; o que houve foi a tentativa de concretização de definições rígidas, limitadas e inferiores às conquistas brasileiras relacionadas com o assunto.

O conceito de consumidor a que visou o regulamento comum apenas dizia respeito ao consumidor contratante, excluindo o extracontratual e o equiparado. Tal definição ainda atrapalharia a atuação do Ministério Público brasileiro em casos de direitos difusos e coletivos do consumidor, haja vista a impossibilidade de defesa de outros indivíduos que não figuraram na relação de consumo. A relação de consumo, também, foi considerada somente como a obrigacional clássica, individual e bilateral, excluindo, por exemplo, as relações de consumo derivadas de publicidade de marketing institucional (aquelas que não são oferta).⁹⁰

O obstáculo enfrentado foi o de que, pelo princípio da *lex posterior derogat legi priori*⁹¹, o Regulamento Comum de Defesa do Consumidor, se entrasse como lei ordinária no Brasil, configuraria uma nova lei de defesa do consumidor, revogando o CDC e, com isso, representaria um retrocesso quanto às conquistas do direito brasileiro consumerista, que é considerado

⁸⁹ GOMES, Joséli Fiorin. Uma Análise da Proteção do Consumidor no Mercosul: “La Trama Y El Desenlace”,... p. 15.

⁹⁰ GAIO JÚNIOR, Antônio Pereira. O Consumidor e Sua Proteção na União Europeia e Mercosul: pesquisa conjuntural como contribuição à Política Desenvolvimentista de Proteção Consumerista nos Blocos,... p. 207-208.

⁹¹ Segundo este princípio, a lei que entra posteriormente no ordenamento jurídico revoga a lei anterior vigente.

referência.

Em meio ao caos proporcionado pela não aprovação do Protocolo de Defesa do Consumidor do Mercosul, em novembro do ano de 1996, um mês antes de serem aprovadas as resoluções acima citadas, foi assinado um protocolo que merece especial atenção, que é o Protocolo de Santa Maria sobre Jurisdição Internacional em Matéria de Relações de Consumo (PSM).

3.3.1.2. O Protocolo de Santa Maria

O Protocolo de Santa Maria (PSM)⁹² foi a tentativa dos Estados-partes do Mercosul de se chegar a um critério para a resolução de conflitos consumeristas no bloco, assinada na Reunião de Ministros da Justiça de 1996, sendo aprovada pela Decisão CMC 10/1996. Determinou, em seu artigo 1º, a jurisdição internacional em relações de consumo e restringe seu âmbito de aplicação às relações derivadas de contratos que se refiram a: a) venda a prazo de bens móveis corpóreos; b) empréstimo a prazo ou de outra operação de crédito ligada ao financiamento na venda de bens; c) qualquer outro contrato que tenha por objeto a prestação de um serviço ou fornecimento de bem móvel corpóreo. Excluiu de sua aplicação as relações de consumo decorrentes de contratos de transporte e de contratos de consumidores ativos, limitando o campo de aplicação destes a relações de consumo nas quais tenha havido publicidade enviada ao consumidor em seu domicílio.

O PSM estabeleceu, em seu artigo 2º, que o âmbito espacial do Protocolo se aplicaria às relações de consumo que vinculem fornecedores e consumidores: a) com domicílio em diferentes Estados Partes do Tratado de Assunção; b) com domicílio em um mesmo Estado Parte, desde que a prestação característica da relação de consumo tenha ocorrido em outro Estado Parte. O Protocolo delimitou, em seu anexo, conceitos básicos consumeristas, tais como consumidor, fornecedor e relação de consumo. Não abarcou os consumidores por equiparação e nem no campo extracontratual, além das restrições no âmbito de aplicação citadas.

No texto principal, acolheu o princípio da vulnerabilidade do consumidor em seu artigo 4º, ao estabelecer que o princípio do domicílio do consumidor é a regra geral; no artigo 5º, ao estabelecer soluções alternativas para jurisdição internacional, excepcionalmente e por vontade

⁹² Anexo 01.

exclusiva do consumidor, manifestada expressamente no momento de ajuizar a demanda; e nos artigos 9º e 11º, ao permitir o processo à distância.⁹³ O artigo 6º acolhe o princípio da cadeia de responsabilidade dos fornecedores em relação ao consumidor ao permiti-lo demandar nos Estados alheios ao do estabelecimento principal em que o demandado tiver filiais, sucursais ou agências.⁹⁴

Apesar de sua extrema importância, pois procurou o avanço na proteção do consumidor no Mercosul, o Protocolo continha falhas, como a de não abarcar os consumidores por equiparação e nem no campo extracontratual, além das restrições no âmbito de aplicação citadas acima. Além disso, houve a possibilidade de haver certo ônus ao fornecedor nos processos a distância, uma vez que define no artigo 9º que o profissional pode se defender em seu domicílio mas está sujeito a *lex fori*⁹⁵; então, se a lei do domicílio do consumidor exigir, por exemplo, a presença do réu em audiência, o fornecedor teria de arcar com este custo, sob pena de revelia -como é o caso do Brasil na Lei 9.099/95, sobre os Juizados Especiais Cíveis e Criminais.⁹⁶

Os Estados-partes aprovaram o PSM com o fim de atingir os objetivos do TA em razão de fortalecer o Mercado Comum e promover um marco de segurança jurídica que garanta decisões justas e a harmonia das decisões jurisdicionais vinculadas às relações de consumo⁹⁷; entretanto, o Protocolo nunca entrou em vigor.

O impedimento à realização do início do procedimento de harmonização legislativa consumerista no Mercosul por meio do PSM foi o seu artigo 18, *in verbis*:

Artigo 18. A tramitação da aprovação do presente Protocolo no âmbito de cada um dos Estados Partes, com as adequações que forem necessárias somente terá início após a aprovação do "Regulamento Comum MERCOSUL de Defesa do Consumidor" em sua totalidade, inclusive eventuais anexos, pelo Conselho do Mercado Comum.

Como já demonstrado, a aprovação de um Regulamento Comum para a proteção do consumidor não foi possível, pois tal evidenciou verdadeira unificação de leis e não a harmonização, restando ao Brasil recusá-lo sob pena de perder direitos consumeristas mais amplos.

⁹³ KLAUSNER, Eduardo Antônio. Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional..., p. 249

⁹⁴ GAIO JÚNIOR, Antônio Pereira. O Consumidor e Sua Proteção na União Europeia e Mercosul: pesquisa conjuntural como contribuição à Política Desenvolvimentista de Proteção Consumerista nos Blocos,... p. 203.

⁹⁵ Lei processual nacional do foro competente para processar e julgar o litígio.

⁹⁶ KLAUSNER, Eduardo Antônio. Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional..., p.196. O autor explica que, no caso da Lei 9.099/95, a despesa do fornecedor não seria reembolsada mesmo que ele ganhasse a lide, já que, de acordo com os artigos 54 e 55 da referida lei, as partes não arcam com custas judiciais e não suportam os derrotados na demanda e ônus da sucumbência.

⁹⁷ GAIO JÚNIOR, Antônio Pereira. O Consumidor e Sua Proteção na União Europeia e Mercosul: pesquisa conjuntural como contribuição à Política Desenvolvimentista de Proteção Consumerista nos Blocos,... p. 202.

Depois de fracassada a tentativa de se estabelecer um Regulamento Comum de Defesa do Consumidor e, conseqüentemente, o PSM, os avanços em relação à proteção do consumidor mercosulino foram mais amenos. O CT-7 passou a incorporar regras de direito do consumidor por temas específicos, numa *"era de busca por novos tópicos e modos de trabalho comum que não prejudiquem as conquistas já consolidadas nas legislações internas"*⁹⁸, como a Resolução 42/98, que versa sobre garantia contratual.

No ano de 2000 foi assinada a Declaração Presidencial dos Direitos Fundamentais dos Consumidores do Mercosul, que complementou o TA em relação aos consumidores, não restando dúvidas de que o bloco o considera essencial para o funcionamento do mercado regional.

São os direitos fundamentais do consumidor mercosulino⁹⁹:

- a) à proteção eficaz da vida, da saúde e da segurança do consumidor e do meio ambiente contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços;
- b) ao equilíbrio nas relações de consumo, assegurado o respeito aos valores de dignidade e lealdade, com fundamento na boa fé, conforme a legislação vigente em cada Estado Parte;
- c) ao fornecimento de serviços – tanto públicos como privados – e produtos em condições adequadas e seguras;
- d) de acesso ao consumo com liberdade de escolha, sem discriminações e arbitrariedades;
- e) à efetiva prevenção e reparação por danos patrimoniais e extra-patrimoniais causados ao consumidor e à sanção dos responsáveis;
- f) à educação para o consumo e ao fomento no MERCOSUL do desenvolvimento de entidades que tenham por objetivo a defesa do consumidor;
- g) à informação suficiente, clara e veraz;
- h) à proteção contra a publicidade não permitida, conforme a legislação vigente em cada Estado Parte, de produtos e serviços;i) à proteção contra práticas

⁹⁸ GOMES, Joséli Fiorin. Uma Análise da Proteção do Consumidor no Mercosul: “La Trama Y El Desenlace”,... p. 17.

⁹⁹ MERCOSUL. Declaração Presidencial Dos Direitos Fundamentais Dos Consumidores Do Mercosul. 15 dez. 2000. Disponível em <http://www.mercosur.int/msweb/Documentos/Publicados/Declaraciones%20Conjuntas/003672406_CMC_15-12-2000__DECL-DPR_S-N_PT_DerechosConsum.pdf>. Último acesso em 29 de novembro de 2015.

abusivas e métodos coercitivos ou desleais;

j) à proteção contra cláusulas contratuais abusivas, conforme a legislação vigente em cada Estado Parte;

k) à facilitação do acesso aos órgãos judiciais e administrativos e a meios alternativos de solução de conflitos, mediante procedimentos ágeis e eficazes, para a proteção dos interesses individuais e difusos dos consumidores.

Esta declaração é importante para posicionar o consumidor frente aos objetivos do Mercosul, além de priorizá-lo, já que o caminho que se segue atualmente busca aproximar as legislações, e não unificá-las como havia se tentado.

3.3.1.3 Cenário Atual da Defesa do Consumidor no Mercosul

Atualmente, a tutela das relações de consumo mercosulinas ainda são singelas, de forma a não interferir no direito interno dos Estados-partes. Existe um acordo em vigência com relação ao consumidor ativo, mas ainda se discute acerca de uma harmonização legislativa que abarque o consumidor passivo também.

Em 2004, os Estados-partes do Mercosul assinaram o Acordo Interinstitucional de Entendimento entre os Órgãos de Defesa do Consumidor dos Estado-partes do Mercosul para a Defesa do Consumidor Visitante. Tal Acordo, mediante comprometimento dos países de assessorar e informar os consumidores a respeito de seus direitos, colocar à disposição mecanismos céleres para solucionar conflitos em relações de consumo, estabelecer mecanismos de informação recíproca sobre o curso das reclamações e analisar conjuntamente o resultado do ato normativo, permite aos consumidores mercosulino serem atendidos por órgãos de defesa do consumidor em qualquer dos países do bloco quando estiverem em trânsito¹⁰⁰. Observa-se o caráter de suma importância do Acordo para com a garantia de segurança jurídica do consumidor turista, o que é um avanço para o bloco e impulsiona o mercado regional.

Com o objetivo de aprofundar a dimensão social e cidadã do processo de integração, foi criado, em 2010, o Estatuto da Cidadania do Mercosul. A ideia tem clara influência da UE: a questão social é indispensável para o processo de integração de um bloco, assim proporcionando mais força ao mercado regional para atuar com relevância no comércio internacional, e o

¹⁰⁰ CARVALHO, Andréa Benetti. Proteção Jurídica ao Consumidor no Mercosul,... p. 131.

tratamento adequado para o consumidor faz parte desse pensamento. O Mercosul tem como metas a livre circulação de pessoas, a igualdade de direitos e liberdades civis, sociais, culturais e econômicas para os nacionais dos Estados-partes e igualdade de condições para acesso ao trabalho, saúde e educação.

Cientes que sem a devida atenção para com o consumidor a cidadania não se efetiva, um dos elementos que o Estatuto considera para alcançar esses objetivos é a criação de um completo Sistema Mercosul de Defesa do Consumidor, composto pelo Sistema Mercosul de Informações de Defesa do Consumidor, Escola Mercosul de Defesa do Consumidor e Norma Mercosul Aplicável a Contratos Internacionais de Consumo. Essas iniciativas estão, pouco a pouco, sendo realizadas: para o primeiro foi firmado acordo entre Paraguai, Uruguai e Brasil, juntamente com o Peru, para que possam compartilhar dados e informações referentes a demandas de consumidores¹⁰¹; para o segundo, houve a realização do Curso para Formação de Tutores em Defesa do Consumidor e do Curso de Defesa do Consumidor MERCOSUL e Peru de junho a julho de 2015¹⁰²; e, para o terceiro, existe um projeto de norma a ser aprovado pelos Estados-partes, sendo uma breve análise dele feita a seguir.

O projeto de norma, chamado Acordo Do Mercosul Sobre Direito Aplicável Em Matéria De Contratos Internacionais De Consumo¹⁰³, traduz-se na nova tentativa de harmonização legislativa consumerista pelo Mercosul, menos ambiciosa que o projeto de Regulamento Comum de Defesa do Consumidor e mais abrangente do que o PSM.

Diferentemente do PSM, o âmbito de aplicação do Acordo é de todos os contratos internacionais de consumo celebrados no âmbito do Mercosul (artigo 1º). A definição de consumidor abrange o consumidor equiparado e o extracontratual, pois define que é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produtos ou serviços de forma gratuita ou onerosa como destinatário final, em uma relação de consumo ou como consequência ou em função dela.

A definição de contrato internacional de consumo é a de quando o consumidor tem seu domicílio, no momento da celebração do contrato, em um Estado-parte diferente do domicílio ou sede do fornecedor profissional que interveio na transação ou contrato (artigo 2º). Este conceito, por se basear no domicílio do consumidor, não abrange o consumidor de Estado alheio ao do

¹⁰¹ Disponível em < <http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2014/12/sindec-e-modelo-de-defesa-do-consumidor-para-mercosul>>. Último acesso em 31 de outubro de 2015.

¹⁰² Disponível em < http://www.mpcon.org.br/webforms/template.aspx?campo=10549&secao_id=274>. Último acesso em 31 de outubro de 2015.

¹⁰³ Anexo 02.

Mercosul que adquire produto de fornecedor mercosulino, nem vice-versa; desta maneira, acaba por definir que o âmbito de aplicação de tal projeto de norma seria apenas entre domiciliados no bloco.

Ainda no artigo 2º há o conceito de fornecedor, que é toda pessoa física ou jurídica, nacional ou estrangeira, privada ou pública e, nesse último caso, estatal ou não estatal, assim como os entes despersonalizados da Administração Pública dos Estados Partes, que desenvolva de maneira profissional, ainda que ocasionalmente, atividades de fabricação, produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, distribuição e/ou comercialização de produtos e/ou serviços.

O Acordo possui, no artigo 6º, a possibilidade de escolha do direito aplicável pelas partes, o que explicita a autonomia de vontade, mas deixa claro que o fornecedor deve oferecer as opções de direitos estatais a serem escolhidas pelo consumidor em caso de contrato on-line, devendo ser comunicadas de forma clara e destacada em todas as informações oferecidas ao consumidor. A situação descrita, na prática, levaria um consumidor a selecionar, sozinho, qual o direito aplicável lhe é mais benéfico, o que, além de lhe custar horas de análise, poderia abrir espaço para abusos do fornecedor, uma vez que o consumidor é, muitas vezes, leigo. Essa seleção também pode desencorajar o consumidor a adquirir um bem se o indivíduo, por exemplo, quiser realizar uma compra on-line de uma camiseta, e for forçado a escolher o direito aplicável para que a compra se efetue.

O fornecedor também pode, entretanto, não oferecer opções ao consumidor de escolha do direito aplicável; contudo, ao fazer isto, o direito cabível é automaticamente o do domicílio do consumidor. Nem sempre isso pode ser vantajoso, uma vez que o ordenamento jurídico do domicílio do consumidor pode onerar o fornecedor. Um exemplo disso seria se o direito nacional do consumidor exigisse a presença do fornecedor em juízo sob pena de revelia. Isto seria complicado para o fornecedor, principalmente aquele que é microempresário e não tem como arcar com as custas processuais sem ter um prejuízo.

A possibilidade de escolha do direito aplicável às partes é um avanço, porém a forma como se o fará deve ainda ser discutida em termos práticos haja vista a possibilidade de obrigar o consumidor a escolher o direito aplicável poder ampliar a sua vulnerabilidade, ou o direito do domicílio dele configurar uma proteção do consumidor onerosa para o fornecedor estrangeiro.

Enquanto o Acordo ainda não é aprovado, prevalece o artigo 2º da Resolução nº 126/94 do

Grupo Mercado Comum:

Art. 2 - Até que seja aprovado um regulamento comum para a defesa do consumidor no MERCOSUL cada Estado Parte aplicará sua legislação de defesa do consumidor e regulamentos técnicos pertinentes aos produtos e serviços comercializados em seu território. Em nenhum caso, essas legislações e regulamentos técnicos poderão resultar na imposição de exigências aos produtos e serviços oriundos dos demais Estados Partes superiores àquelas vigentes para os produtos e serviços nacionais ou oriundos de terceiros países.

Isto significa, então, que a regra vigente é a do mercado de destino, ou seja, o direito interno dos Estados-partes é o que será aplicável às relações de consumo internacionais que se realizarem em seus respectivos territórios. Cabe analisar o que a legislação de cada Estado-parte define os conceitos basilares de direito consumerista: consumidor, fornecedor e relação de consumo.

a) Brasil

A Constituição Federal Brasileira de 1988 estabelece a necessidade da elaboração de tais normas em seu artigo 5º, inciso XXXII, assim como também determina que a atividade econômica deve ser regida pelo princípio da defesa do consumidor em seu artigo 170, inciso V:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

(...)

XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

(...)

V - defesa do consumidor;

A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 dispõe sobre a proteção do consumidor. O Direito do Consumidor brasileiro é conhecido por sua ampla proteção e institutos sólidos, assim como vias de reparação efetivas e períodos decadenciais extensos em prol de tal proteção, tudo através desta lei, também conhecida como Código Brasileiro de Defesa do Consumidor (CDC). Esta lei é, além de ordem pública, de interesse social (artigo 1º). *"Trata-se de uma lei de cunho inter e multidisciplinar, além de ter o caráter de um verdadeiro microssistema jurídico."* ¹⁰⁴

O CDC estabelece definição ampla de consumidor, que pode ser: o padrão, que é aquele

¹⁰⁴ GRINOVER, Ada Pellegrini... [et al.]. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprotejo..., p. 19.

que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final; coletividade de pessoas indeterminadas, mas ligadas por circunstâncias de fato; as vítimas do acidente de consumo, desde que tenham sofrido qualquer tipo de dano inclusive moral; e o consumidor exposto às práticas de consumo - a publicidade, ainda que não tenha adquirido o bem ou serviço a que ela se dedica. O conceito de fornecedor também é amplo, abarcando inclusive o profissional estrangeiro.¹⁰⁵

Entende-se que relação de consumo é aquela que envolve o consumidor e o fornecedor destinada a satisfação de uma necessidade privada do primeiro pelo poder e condições dos produtores dos bens e serviços, já que o consumidor não dispõe, por si só, de controle sobre a produção de bens de consumo ou prestação de serviço que lhe são destinados.¹⁰⁶ Como o conceito de consumidor é vasto, o CDC tutela não somente as relações de consumo clássicas, mas também as extracontratuais e as com as vítimas de consumo.

Apesar da legislação acerca dos direitos do consumidor ser ampla, a matéria sobre Direito Internacional do Consumidor no Brasil ainda é muito pequena. No que se trata do Decreto-Lei Nº 4.657, De 4 De Setembro De 1942, a Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro (LINDB, antiga *Lei de Introdução ao Código Civil Brasileiro*), não há nada que seja especificamente relacionado ao consumidor (até porque tal lei é anterior ao CDC), mas há os artigos 9 e 17, que estabelecem, respectivamente, a *lex loci celebrationis*¹⁰⁷ e a falta de eficácia do ato que se viola a ordem pública.¹⁰⁸

O *leading case* com relação ao consumidor internacional no Brasil é o caso Panasonic. O Superior Tribunal de Justiça (STJ), de forma inovadora, julgou o caso em favor de uma posição menos positivista.

¹⁰⁵ Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

¹⁰⁶ GRINOVER, Ada Pellegrini... [et al.]. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto..., p. 32.

¹⁰⁷ a lei aplicável é a do local de celebração do contrato.

¹⁰⁸Da LINDB:

Art. 9o. Para qualificar e reger as obrigações, aplicar-se-á a lei do país em que se constituírem.

Art. 17. As leis, atos e sentenças de outro país, bem como quaisquer declarações de vontade, não terão eficácia no Brasil, quando ofenderem a soberania nacional, a ordem pública e os bons costumes.)

Durante viagem a Miami em meados dos anos 90, o autor da ação comprou uma filmadora da empresa Panasonic. Ao chegar ao Brasil e constatar defeito na máquina, levou-a para a assistência técnica da empresa Panasonic do Brasil Ltda. para que o conserto pudesse se efetuar; contudo, teve seu desejo negado. Então, ação civil foi ajuizada na capital paulista buscando reparação por produto adquirido no estrangeiro, que apresentou defeito.

Em primeira instância, o processo foi extinto por conta de suposta ilegitimidade da parte, onde se considerou que a Panasonic do Brasil Ltda. não era parte legítima para a reparação de tal dano, sendo assim uma visão jurídica positivista. Contudo, em sede de Recurso Especial, a Quarta Turma do STJ decidiu, por voto da maioria, que a pessoa jurídica brasileira em questão, por ser subsidiária de transnacional, era obrigada a reparar o produto fabricado e comercializado no estrangeiro. Aplicou-se o CDC a relações de consumo estabelecidas em outros países pela consideração da vulnerabilidade do consumidor, obrigando empresa brasileira da mesma marca a reparar danos provenientes de defeito de produto adquirido no exterior, como demonstrado na ementa:

DIREITO DO CONSUMIDOR. FILMADORA ADQUIRIDA NO EXTERIOR. DEFEITO DA MERCADORIA. RESPONSABILIDADE DA EMPRESA NACIONAL DA MESMA MARCA ("PANASONIC"). ECONOMIA GLOBALIZADA. PROPAGANDA. PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR. PECULIARIDADES DA ESPÉCIE. SITUAÇÕES A PONDERAR NOS CASOS CONCRETOS. NULIDADE DO ACÓRDÃO ESTADUAL REJEITADA, PORQUE SUFICIENTEMENTE FUNDAMENTADO. RECURSO CONHECIDO E PROVIDO NO MÉRITO, POR MAIORIA. I - Se a economia globalizada não mais tem fronteiras rígidas e estimula e favorece a livre concorrência, imprescindível que as leis de proteção ao consumidor ganhem maior expressão em sua exegese, na busca do equilíbrio que deve reger as relações jurídicas, dimensionando-se, inclusive, o fator risco, inerente à competitividade do comércio e dos negócios mercantis, sobretudo quando em escala internacional, em que presentes empresas poderosas, multinacionais, com filiais em vários países, sem falar nas vendas hoje efetuadas pelo processo tecnológico da informática e no forte mercado consumidor que representa o nosso País. II - O mercado consumidor, não há como negar, vê-se hoje "bombardeado" diuturnamente por intensa e hábil propaganda, a induzir a aquisição de produtos, notadamente os sofisticados de procedência estrangeira, levando em linha de conta diversos fatores, dentre os quais, e com relevo, a respeitabilidade da marca. III - Se empresas nacionais se beneficiam de marcas mundialmente conhecidas, incumbe-lhes responder também pelas deficiências dos produtos que anunciam e comercializam, não sendo razoável destinar-se ao consumidor as conseqüências negativas dos negócios envolvendo objetos defeituosos. IV - Impõe-se, no entanto, nos casos concretos, ponderar as situações existentes. V - Rejeita-se a nulidade argüida quando sem lastro na lei ou nos autos¹⁰⁹

¹⁰⁹ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial 63981 SP 1995/0018349-8. Relator: Ministro Aldir Passarinho Junior. Pesquisa de Jurisprudência, Acórdãos, 20 out. 2000. Disponível em <<http://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/330218/recurso-especial-resp-63981-sp-1995-0018349-8>>. Último acesso em 29 de novembro de 2015.

A aplicação do princípio da vulnerabilidade do consumidor afastou a incidência do artigo 9º da LINDB sobre a *lex loci celebrationis* para considerar o CDC como o aplicável ao caso frente a uma situação de desigualdade entre fornecedor e consumidor. Apesar do contrato ter sido celebrado nos EUA, a competência brasileira foi estabelecida através dos artigos 88, inciso I do CPC e 101, inciso I, do CDC, o que garantiu o foro privilegiado ao consumidor.¹¹⁰

O consumidor não poderia voltar aos Estados Unidos somente para consertar a filmadora que adquiriu. O então ministro Ruy Rosado de Aguiar baseou seu voto, na época, no artigo 28 do CDC, o qual desconsidera a pessoa jurídica e atribui responsabilidade solidária do grupo econômico¹¹¹. Desta forma, considerou-se que a Panasonic dos EUA e a Panasonic do Brasil eram subordinadas à Panasonic do Japão, mesmo que a americana não tenha se integrado à lide e nem que a brasileira não fabricasse o produto em questão.

Admitiu-se que a aplicação do CDC tem caráter extraterritorial, o que não significou extensão excessiva do alcance da norma; o que se considerou, na verdade foi o princípio da proteção do Direito Internacional Privado, especializado no princípio da vulnerabilidade do consumidor, como se conceituou no capítulo anterior.

O caso Panasonic, ainda que tenha criado jurisprudência favorável ao consumidor em caso de relação de consumo internacional, não tem força de lei no Brasil; assim, permite-se que julgamentos que considerem o artigo 9º da LINDB em casos de consumo internacional sejam proferidos. Falta um tratado multilateral que disponha de regras para a proteção do consumo internacional para combater possível heteroginização da jurisprudência.

b) Argentina

GAIO JÚNIOR disserta que o movimento evolutivo do consumidor na República Argentina tiveram três fases.¹¹² A primeira não contou com proteção do consumidor no direito positivo, embora existisse percepção de que o consumidor era parte frágil da relação de consumo.

¹¹⁰ Do CPC: Art. 88. É competente a autoridade judiciária brasileira quando:

I - o réu, qualquer que seja a sua nacionalidade, estiver domiciliado no Brasil;

Do CDC: Art. 101. Na ação de responsabilidade civil do fornecedor de produtos e serviços, sem prejuízo do disposto nos Capítulos I e II deste título, serão observadas as seguintes normas: I - a ação pode ser proposta no domicílio do autor;

¹¹¹ Do CDC: Art. 28. O juiz poderá desconsiderar a personalidade jurídica da sociedade quando, em detrimento do consumidor, houver abuso de direito, excesso de poder, infração da lei, fato ou ato ilícito ou violação dos estatutos ou contrato social. A desconsideração também será efetivada quando houver falência, estado de insolvência, encerramento ou inatividade da pessoa jurídica provocados por má administração.

¹¹² GAIO JÚNIOR, Antônio Pereira. O Consumidor e Sua Proteção na União Europeia e Mercosul: pesquisa conjuntural como contribuição à Política Desenvolvimentista de Proteção Consumerista nos Blocos,... p. 219.

A segunda fase resultou de reforma do Código Civil argentino, que estabeleceu normas para a justiça contratual, responsabilidade objetiva por danos no âmbito do contrato e extracontratual, além de leis como a da Defesa da Concorrência (Ley 22.262) e de Lealdade Comercial (Ley 22.802), mas nada especificamente para o consumidor.

Foi em 1993 que veio a Ley 24.240, a Ley de Defensa del Consumidor, com princípios e normas próprias para a efetivação da tutela do consumidor nos moldes brasileiros.

O conceito argentino de consumidor considera aquele que adquire bens ou serviços para o seu uso ou de sua família ou grupo social como destinatário final sem fins profissionais (artigo 1º). Relação de consumo é o vínculo jurídico entre consumidor e fornecedor (artigo 3º).

Fornecedor é a pessoa singular ou coletiva, de natureza pública ou privada, que desenvolve profissionalmente, mesmo ocasionalmente, atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, registro de marca, distribuição e comercialização de bens e serviços destinados aos consumidores ou usuários (artigo 2º). Ao contrário do Brasil, não se considera profissional liberal como fornecedor, sendo a relação com ele de natureza civil. Considera-se também a possibilidade de fornecedor aparente, ou seja, aquele que não é fornecedor de fato mas, no realizar da relação de consumo, agiu como se fosse.

A lei de defesa do consumidor argentina conta com a integração de outras leis para que se complete a proteção consumerista, como é o caso do artigo 3º que admite relação com a Lei de Lealdade Comercial e a Lei de Defesa da Concorrência. Tal artigo também consagra a adoção do princípio *in dubio pro consumptore*¹¹³.

c) Paraguai

A República do Paraguai só produziu lei própria para o consumidor após a frustração do Regulamento Comum de Defesa do Consumidor no Mercosul; antes, as disposições acerca do consumidor eram espaçadas.

A Ley N° 1334 é de 1998, intitulada Ley de Defensa del Consumidor. Não dispõe, contudo, de ampla proteção ao consumidor: não considera expressamente o princípio da vulnerabilidade, apenas se referindo à adoção da interpretação mais favorável ao consumidor em caso de dúvidas no artigo 7º.

Estabelece a lei que consumidor ou usuário é toda pessoa física ou jurídica, nacional ou estrangeiro, que adquire, usa ou aprecia como destinatário final bens ou serviços de qualquer

¹¹³ Em caso de dúvida, a interpretação deve ser favorável ao consumidor.

natureza (artigo 4º), não se definindo se o fim profissional é importante, assim como não se considera o consumidor equiparado.

Além disso, a lei define fornecedor como toda pessoa física ou jurídica nacional ou estrangeira, pública ou privada, que desenvolve atividades de produção, fabricação, importação, distribuição, comercialização, venda ou locação de bens ou prestação de serviços de consumidores ou usuários, respectivamente, para os quais cobra um preço ou taxa (artigo 4º). Não se considera o profissional liberal como fornecedor.

A Relação de consumo é a relação jurídica entre uma pessoa que, mediante título oneroso, fornece um produto ou presta serviço e que adquire ou utiliza como destino final, nos termos do artigo 5º.

As disposições paraguaias acerca do consumidor são extremamente atrasadas se comparadas com a Argentina e o Brasil, uma vez que não há a consideração expressa do princípio da vulnerabilidade na proteção consumerista.. Uma regulamentação comum no Mercosul representaria um grande avanço no país em relação a conquista de direitos consumeristas.

d) Uruguai

Assim como o Paraguai, a República Oriental do Uruguai aguardou até que a questão de adoção de um Regulamento Comum de Defesa do Consumidor no Mercosul fosse resolvida. Antes, as disposições acerca do consumidor estavam espalhadas pelo Código Civil Uruguaio.

A Ley De Normas Relativas A Las Relaciones de consumo é a Ley 17.189, de 1999. Assim como a lei paraguaia, não considera expressamente o princípio da vulnerabilidade do consumidor, mas, diferentemente daquela, nota-se que a proteção à parte mais fraca da relação de consumo foi adotada, pois criou uma série de regras para equilibrar a relação jurídica de consumo entre as partes protegendo o consumidor.¹¹⁴

A definição de consumidor é a de qualquer pessoa singular ou coletiva que adquire ou utiliza produtos ou serviços como destinatário final em uma relação de consumo ou em função dela (artigo 2º). Não admite, portanto, como consumidor o da relação extracontratual ou mesmo a vítima de acidente de consumo.

O artigo 3º define fornecedor como qualquer pessoa singular ou coletiva, nacional ou estrangeira, privado ou pública, e, neste último estatal ou não-estatal, que desenvolver

¹¹⁴ KLAUSNER, Eduardo Antônio. Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional..., p. 136-137.

profissionalmente as atividades de produção, criação, construção, transformação, montagem, importação, distribuição e comercialização de produtos ou serviços pessoa em uma relação de consumo. O profissional liberal é considerado fornecedor.

A Relação de consumo é aquela estabelecida quando o fornecedor, para consideração, fornece um produto ou presta um serviço e que tenham adquirido ou utilizado como o destinatário final (artigo 4º). O fornecimento de produtos e da prestação de serviços a título gratuito, quando são realizados de acordo com uma relação de consumo eventual, são equiparados a relações de consumo.

O Uruguai é o segundo país com disposições menos estritas em relação ao consumidor do Mercosul e, juntamente com o Paraguai, são os que têm mais empresas que demonstram resistência a uma ampla proteção ao consumidor no âmbito do bloco.¹¹⁵

e) Venezuela

A República Bolivariana da Venezuela é o mais recente membro do Mercosul, sendo ela Estado-parte desde 2012. Dispõe de complexo histórico legislativo de proteção do consumidor, com a formação de Comissões para estudos sobre os consumidores e reformas na lei que disciplina as relações de consumo.

A mais moderna versão da lei do consumidor na Venezuela é a Ley Para la Defensa de las Personas en el Acceso para los Bienes y Servicios, de 2010.

A lei conta com figuras jurídicas inéditas para as relações de consumo. Em vez de consumidor, há a persona, que é toda pessoa física ou jurídica, de caráter público ou privado, organizada ou não, que adquira, utilize ou desfrute de bens e serviços de qualquer natureza como destinatário final (artigo 4º).

O sujeito fornecedor se subdivide em provedor, importador, produtor, fabricante, distribuidor, comercializador ou prestador de serviços. Todos têm em comum a característica de, de forma profissional, fazer parte do trajeto do bem ou serviço até o destinatário final, ou seja, a persona.

Não há disposição específica para relação de consumo, mas o artigo 3º descreve que o âmbito de aplicação da lei são todos os contratos jurídicos celebrados entre fornecedores de bens e serviços e as personas, organizadas ou não, e entre eles, relativo à aquisição ou locação de bens,

¹¹⁵ KLAUSNER, Eduardo Antônio. Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional..., p. 89.

contratação de serviços fornecida por entidades públicas ou privadas, e qualquer outro negócio jurídico de interesse econômico, bem como os atos ou comportamentos de açambarcamento, a especulação, boicote e qualquer outra que, afetando o acesso aos alimentos ou de mercadorias declarados de primeira necessidade ou não, por parte de qualquer dos sujeitos econômicos da cadeia de distribuição, produção e consumo de bens e serviços, desde a importadora ou importador, do armazenador, portador, o produtor, fabricante, distribuidor, varejista ou comerciante, atacado e varejo¹¹⁶.

A adoção da regra do mercado de destino do Mercosul proporciona um desnível na proteção do consumidor no bloco, já que as legislações têm conceitos distintos de consumidor e fornecedor. A relação de consumo, por sua vez, é a definição com mais similaridade entre os Estados-partes; contudo, não são todos que consideram a relação de consumo extracontratual como passível de tutela especial para o consumidor.

O Brasil conta com a mais estrita proteção do consumidor e logo depois vem a Argentina e a Venezuela, que caminham no mesmo sentido de ampla defesa do consumidor. Os países que são mais pobres em relação a tutela do consumidor são Uruguai e Paraguai, uma vez que contam com forte resistências das empresas nacionais deles para com a proteção do adquirente de bens ou serviços como destinatário final sem fins profissionais. As legislações, contudo, são todas de ordem pública nos países, de forma a não estarem sujeitas às vontades das partes.

Há, portanto, um tratamento desigual aos consumidores nos Estados-Partes. Isto acarreta insegurança jurídica e desestimula o consumidor a atuar no mercado regional, obstruindo o processo de integração do bloco. Reputa-se urgente a harmonização da legislação consumerista acerca do consumidor no Mercosul para que haja o equilíbrio nas relações de consumo, assim movimentando a economia mercosulina para que seus objetivos sejam atingidos.

3.4 A Proteção do Consumidor No Âmbito da OEA

Uma vez dissertado sobre a dificuldade de se chegar a uma harmonização legislativa consumerista no Mercosul, cabe mencionar, brevemente, o que está sendo trabalhado no âmbito da Organização dos Estados Americanos (OEA).

¹¹⁶ Ley Para la Defensa de las Personas en el Acceso para los Bienes y Servicios. Disponível em <http://www.mincomercio.gob.ve/wordpress/wp-content/uploads/2015/02/ley_indepabis_2010.pdf>. Último acesso em 16 de novembro de 2015. Importante ressaltar que o ordenamento jurídico venezuelano tem o cuidado de denominar os gêneros masculino e feminino em seus sujeitos, sendo assim: “provedora ou provedor”, “importadora ou importador”... etc.

A OEA é uma organização internacional formada pelos Estados do continente americano, com o propósito de alcançar nos Estados membros, como estipula o Artigo 1º da Carta da Organização dos Estados Americanos, “*uma ordem de paz e de justiça, para promover sua solidariedade, intensificar sua colaboração e defender sua soberania, sua integridade territorial e sua independência*”. Para atingir seus objetivos mais importantes, a OEA baseia-se em seus principais pilares que são a democracia, os direitos humanos, a segurança e o desenvolvimento¹¹⁷.

A OEA dispõe, desde 2005, da Sétima Conferencia Interamericana de Direito Internacional Privado, a CIDIP-VII, em que são realizados estudos para a constituição de tratado para a proteção do consumidor interamericano. A CIDIP-VII tem como objetivo a produção de uma convenção sobre a escolha do direito aplicável a relação de consumo interamericana litigiosa e de uma lei-modelo sobre compensações monetárias. Através da proposta brasileira da CIDIP, LIMA MARQUES propõe o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor e a escolha da lei mais favorável para ele através da autonomia de vontade limitada das partes¹¹⁸.

O tratado que advém da CIDIP-VII ainda está sendo confeccionado. Ele será de grande importância para o Mercosul, pois se aplicaria aos seus Estados-partes, o que harmonizaria as legislações e ajudaria o bloco a fomentar o seu comércio.

A falta de proteção do consumidor no Mercosul o impede de alcançar as suas metas. Mesmo admitindo que o consumidor é relevante para o bloco, através da Declaração Presidencial dos Direitos Fundamentais dos Consumidores do Mercosul e do Estatuto da Cidadania do Mercosul, a necessidade de uma harmonização mínima é imprescindível para que o mercado regional seja pleno e o Mercosul evolua como um bloco não só econômico, mas também social. A proposta para a solução de tal problema seria estabelecer uma lei-modelo que estabelecesse um “padrão mínimo” no Mercosul, o que será discutido no próximo capítulo.

¹¹⁷ Disponível em < http://www.oas.org/pt/sobre/quem_somos.asp>. Último acesso em 02 de novembro de 2015.

¹¹⁸ MARQUES, Cláudia Lima. A Insuficiente Proteção do Consumidor nas Normas de Direito Internacional Privado – Da Necessidade de Uma Convenção Interamericana (CIDIP) sobre A Lei Aplicável A Alguns Contratos e Relações de Consumo,... p. 8

4. CAPÍTULO 3 - MERCOSUL E O OBJETIVO DA HARMONIZAÇÃO MÍNIMA DA LEGISLAÇÃO CONSUMERISTA ATRAVÉS DE UMA LEI-MODELO

A proteção do consumidor é considerada essencial para o desenvolvimento da integração no Mercosul, como afirmam o Estatuto da Cidadania do Mercosul e a Declaração Presidencial dos Direitos Fundamentais dos Consumidores do Mercosul. O TA também direciona os esforços do bloco para a realização do desenvolvimento econômico em parceria com a justiça social, portanto o consumidor não foi olvidado pelo seu tratado institutivo. Porém, o Mercosul enfrenta um grande problema quanto à harmonização de sua legislação consumerista: até hoje, um protocolo ou regulamento que se volta para regular as relações de consumo travadas no âmbito do bloco não entrou em vigor.

A inspiração para se confeccionar uma regulação para a defesa do consumidor no Mercosul vem da UE, a qual dispõe de diversos instrumentos para a proteção do consumidor em seu território. Mesmo com o problema da polissemia de conceitos, a UE conseguiu atingir a harmonização mínima através das diretivas, como visto acima.

A análise dos fracassos com relação à defesa do consumidor mercosulino faz surgir uma dúvida: qual é a melhor solução para que finalmente haja a proteção do consumidor internacional no Mercosul?

A resposta para esta questão fundamental tem relação direta com a estrutura orgânica do Mercosul, a qual é diferente da UE, razão pela qual os dois blocos não podem utilizar da mesma forma para que se alcance tutela efetiva para o consumidor.

4.1 A Supranacionalidade da União Europeia *versus* A Intergovernabilidade do Mercosul

O processo de globalização leva a cessão de soberania, pois instiga a regionalização para que os Estados tenham maior relevância ao atuar no mercado mundial. O fenômeno integracionista atinge a concepção tradicional de soberania¹¹⁹: uma vez dispostos a coexistirem em um bloco regional, os países-membros deles tendem a delegar parte de sua soberania para que os objetivos do todo sejam atingidos.

Dois tipos de organismos são identificados por meio da observância do grau de

¹¹⁹ VENTURA, Deisy de Freitas Lima. A Ordem Jurídica do MERCOSUL, ... p. 85

interdependência e transmissão de parte de soberania dos Estados-membros de um bloco: o supranacional e o intergovernamental. Através da análise de cada um deles podemos constatar diferenças nos ordenamentos jurídicos da UE e do Mercosul.

Entende-se por organismo supranacional como aquele em que há o reconhecimento de interesses ou valores comuns por um grupo de Estados juntamente com a criação de um poder autônomo efetivo a serviço de tais valores. Valores comuns induzem interesses nacionais em prol dos interesses comuns, os quais servem para alcançar objetivos comuns. O poder é exercido através de órgãos estruturais que produzem, interpretam e aplicam normas jurídicas que devem ser respeitadas, além de tomar decisões que comprometem os mercados dos Estados-membros.

A autonomia supranacional desvincula os funcionários dos órgãos estruturais dos governos dos países membros e permitem que as decisões sejam autônomas com relação a esses governos¹²⁰. A supranacionalidade está, então, acima dos Estados-membros, por conta do interesse comunitário que eles compartilham. Pressupõe processo decisório próprio para definir o interesse coletivo, o qual é colocado em funcionamento numa estrutura independente¹²¹.

A UE é um organismo supranacional dotado de supranacionalidade normativa, graças ao princípio da primazia, em que o direito da União Europeia é autônomo e prevalece sobre os ordenamentos jurídicos nacionais dos Estados-membros; e de supranacionalidade decisional, pois há o desempenho de poderes efetivos através de processo decisório próprio¹²². Além disso, há o princípio da aplicabilidade direta, que permite a plena efetividade das normas jurídicas da UE e afirma a superioridade da ordem jurídica do bloco. As fontes primárias, derivadas e subsidiárias da UE -vistas acima- são completamente autônomas do direito interno dos Estados-membros.

A supranacionalidade acarreta limitação à soberania¹²³. A hierarquização das normas e a autonomia dos órgãos de um bloco supranacional só são possíveis quando os países que o compõe estão dispostos a transmitir uma parcela de seu poder soberano a fim de possibilitar a existência de um organismo independente e acima deles, representando um interesse comum. Cada um dos Estados-membros cedeu uma parte de sua soberania para que fosse possível a supranacionalidade da UE.

¹²⁰ PESCATORE, Pierre. *Lê droit De L'integration Emergence D'un Phénomène Nouveau Dan Les Relations Internationales Selon L'experience Des Communautés Européennes*,... p. 51

¹²¹ VENTURA, Deisy de Freitas Lima. *A Ordem Jurídica do MERCOSUL*,... p. 29.

¹²² WEILER, Joseph. In *The Community System: The Dual Character of Supranationalism*,... p. 154, In VENTURA, Deisy de Freitas Lima. *A Ordem Jurídica do MERCOSUL*,... p. 34

¹²³ VENTURA, Deisy de Freitas Lima. *A Ordem Jurídica do MERCOSUL*,... p. 102.

Por outro lado, organismo intergovernamental é aquele em que o relacionamento entre governos e Estados-membros permanece soberano. Os órgãos estruturais, apesar de próprios do bloco, representam a vontade política dos Estados-membros e não contam com hierarquização entre direito do bloco e direitos nacionais, cabendo aos funcionários de tais órgãos a representação fiel da vontade dos governos¹²⁴.

Não existe a independência dos interesses do bloco, ou seja, não há um interesse comum, mas um conjunto de interesses individuais que procuram ser alcançados e, se possível, harmonizados. As decisões internas que possam vir a contrariar as decisões do bloco podem prevalecer por conta da autonomia do Estados-membros: permanece a soberania estatal, de forma que o bloco apenas agrupa os governos e uma série de interesses.

O Mercosul, apesar de seus objetivos traçados no TA e com os protocolos e regulamentos posteriormente criados, trata-se de um bloco intergovernamental, pois seus Estados-partes não o consideram como possuidor de um poder acima do deles, além de a maioria dos funcionários dos órgãos do Mercosul serem dos governos dos países. Não conta com autonomia, já que o que é proposto no bloco deve passar pelo processo de internalização tradicional do Direito Internacional Público para que tenha aplicabilidade nos Estados-Partes.

A não transposição ou má transposição de regras do Mercosul pelos Estados-partes é isenta de qualquer tipo de sanção. A maioria das decisões do Mercosul, no Brasil, não foi objeto de incorporação pelas ordens jurídicas nacionais e a minoria transposta foi através de atos do Poder Executivo, sendo esta passível de anulação pelo Poder Judiciário ou de revogação pela Administração Pública, o que gera insegurança jurídica¹²⁵. A eficácia dos fatos jurídicos gerados pelo Mercosul dependem exclusivamente da vontade dos Estados-parte, empresas e cidadãos para ser materializada.

As fontes originárias do Mercosul, assim entendidas como sendo o TA, o POP e o Protocolo de Brasília de 1991, têm origem contratual que dependem de ratificação pelos Estados-partes. Todas as decisões no seio do bloco são por consenso e, de acordo com o princípio do equilíbrio, as representações nos órgãos são paritárias.

As características de intergovernabilidade do Mercosul são evidentes; contudo, ele também possui um conjunto de regras próprias advindas das fontes primárias, acordos complementares e

¹²⁴ GAIO JÚNIOR, Antônio Pereira. O Consumidor e Sua Proteção na União Europeia e Mercosul: pesquisa conjuntural como contribuição à Política Desenvolvimentista de Proteção Consumerista nos Blocos,... p. 31.

¹²⁵ VENTURA, Deisy de Freitas Lima. A Ordem Jurídica do MERCOSUL,... p. 109.

decisões de seus organismos. Poderia falar-se, então, que o Mercosul dispõe de uma supranacionalidade normativa, sendo assim o seu ordenamento jurídico comunitário?

VENTURA explica que, de acordo com a interpretação de KELSEN, uma norma pertence a dado ordenamento jurídico se for criada de acordo com o procedimento prescrito pela constituição fundamental desse ordenamento jurídico. Assim, as regras produzidas pelo Mercosul, já que feitas de acordo com o procedimento constante no TA (que é a norma fundamental do bloco), comporiam uma ordem jurídica própria, assim sendo comunitária. Entretanto, não há a hierarquização das normas e o direito mercosulino está sujeito a internalização por parte de seus Estados que o constituem; desta forma, não se pode falar em um direito comunitário no Mercosul¹²⁶. A UE, por sua vez, possui a supranacionalidade normativa no seio de sua constituição fundamental, como visto acima, possuindo um direito comunitário.

Pelo exposto, conclui-se que o processo de harmonização das regras mercosulinas é precário por conta de, pelo seu caráter intergovernamental, as regras terem de refletir um conjunto de interesses e passarem pelo procedimento de transposição para constar no direito interno de cada Estado-parte, assim atingindo os objetivos do bloco e garantindo a integração. Tal processo é, então, um obstáculo para a defesa do consumidor no Mercosul, pois é moroso e quase que impraticável: conciliar interesses dos Estados-parte é uma tarefa complicada, haja vista o fracasso do projeto de Regulamento Comum de Defesa do Consumidor. Na UE, contudo, a harmonização é alcançável de forma efetiva por conta do princípio da aplicabilidade direta e do princípio da primazia do direito comunitário, facilitando a forma de possibilitar os valores fundamentais europeus.

Então, é a harmonização legislativa o melhor caminho para a proteção das relações de consumo mercosulinas?

4.2 A Harmonização Legislativa Como Método Adequado para A Proteção do Consumidor no Mercosul

A harmonização legislativa tem o propósito de eliminar, ou ao menos reduzir, as assimetrias que os direitos internos dos países que fazem parte de um bloco regional podem apresentar¹²⁷.

¹²⁶ VENTURA, Deisy de Freitas Lima. A Ordem Jurídica do MERCOSUL,... p. 36 e p. 76.

¹²⁷ GAIO JÚNIOR, Antônio Pereira. O Consumidor e Sua Proteção na União Europeia e Mercosul: pesquisa conjuntural como contribuição à Política Desenvolvimentista de Proteção Consumerista nos Blocos,... p. 21.

Tais assimetrias obstruem o alcance dos objetivos do bloco, tanto econômicos quanto sociais. Desta forma, a harmonização promove segurança jurídica, garantindo o funcionamento do mercado, sendo, assim necessária para a integração.

Harmonizar não se confunde com unificar: trata-se de uma aproximação coordenada dos ordenamentos jurídicos de forma a fim de um proposto maior, e não ter uma forma única, impondo um corpo único de normas por meio de um tratado exaustivo¹²⁸. Esta é grande diferença que os legisladores do projeto de Regulamento Comum de Defesa do Consumidor no Mercosul não levaram em conta, causando descontento por conta de seus Estados-partes ao propor uma norma nova e singular, que interferiria nos direitos conquistados pelos consumidores nos direitos internos.

Ao adquirir um bem ou um serviço transfronteiriço, a segurança jurídica advinda da harmonização legislativa dá suporte ao consumidor e também ao fornecedor, pois aumenta a previsibilidade entre as partes. Isto estimula o consumo internacional intrabloco, atingindo os mercados internos dos Estados-membros, pois provoca um efeito indireto sobre a concorrência nos mercados nacionais, que reduzem os preços e melhoram a qualidade dos produtos¹²⁹.

Além disso, a harmonização legislativa consumerista coloca o Mercosul em paridade com mercados não-emergentes, integra os direitos nacionais dos Estados-partes, dota o Mercosul de valores sociais e não somente econômicos para alcançar a justiça social descrita no TA, favorece a integração dos direitos nacionais e, principalmente, cumpre a função do Direito Internacional Privado pós-moderno, que é a de

"equilibrar e representar ao mesmo tempo as forças contraditórias sociais e econômicas de nossa época, do individualismo pós-moderno de uma identidade cultural exarcebada, à força irresistível da aproximação e regionalização econômica, de espaços supranacionais de integração e de um livre comércio globalizado."¹³⁰

Aproximar as legislações protetivas consumeristas para reduzir divergências entre os direitos nacionais dos Estados-Partes do Mercosul é a melhor alternativa para a defesa do consumidor e para promover a integração do bloco.

A análise das normas que tutelam as relações de consumo dos países que fazem parte do

¹²⁸ *Idem*, p. 119. In: MARQUES, Cláudia Lima. Mercosul Como Legislador em matéria de consumidor – crítica ao projeto de Protocolo de Defesa do Consumidor, ... p. 58.

¹²⁹ KLAUSNER, Eduardo Antônio. Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional..., p. 50.

¹³⁰ MARQUES, Cláudia Lima. A insuficiente proteção do consumidor nas normas de Direito Internacional Privado - Da necessidade de uma Convenção Interamericana (CIDIP) sobre a lei aplicável a alguns contratos e relações de consumo, ... p. 8

Mercosul revelou que todos dispõem de um microssistema jurídico de ordem pública independente do Direito Civil (ainda que se possa remeter a ele, como é o caso do Paraguai). O conceito de fornecedor é o que abarca mais semelhanças, ainda que alguns Estados não considerem certos profissionais na definição, como é o caso do profissional liberal na Argentina. Pode-se dizer que relação de consumo é a que contém consumidor e fornecedor, este último agindo de forma profissional. A definição de consumidor dos Estados-partes, como visto acima, não é tão congruente como acontece com os outros conceitos, de forma a ser bem mais ampla em relação ao Brasil do que em relação ao Uruguai, por exemplo. Mesmo assim, todas têm um ponto em comum: consumidor é aquele que adquire bens ou serviços como destinatário final e de forma não profissional.

Depreende-se desta análise, bem como dos inúmeros acordos multilaterais de países sul-americanos, não só integrantes do Mercosul, para que haja a efetividade da tutela do consumidor (como os acordos com o Peru citados acima) e do fato de todos os Estados-partes terem assinado o PSM, de forma que ele só não entrou em vigor porque estava atrelado a um projeto de Regulamento Comum, que é possível a harmonização legislativas em prol do compromisso dos países do bloco de "*respeito aos direitos fundamentais da pessoa humana, incluídos os direitos do consumidor*"¹³¹.

Isto posto, resta saber como atingir a harmonização legislativa consumerista diante de uma estrutura orgânica intergovernamental, como é a o Mercosul.

4.3 A Proposta para A Harmonização Legislativa das Relações de Consumo Internacionais No Mercosul Através de Uma Lei-modelo

Segundo CALAIS-AULOY e STEINMETZ¹³², há uma classificação de formas para que o legislador, associando-as, confeccione regras para a defesa do consumidor. São elas: a informação, a proteção, os métodos preventivos, os métodos curativos, os meios individuais e os meios coletivos, a *hard law* e a *soft law*.

O método da informação consiste no Estado priorizar o consumidor informado para que ele

¹³¹ Declaração Presidencial Dos Direitos Fundamentais Dos Consumidores Do Mercosul. Último acesso em 10 de novembro. 2015.

¹³² In: KLAUSNER, Eduardo Antônio. Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional..., p. 169.

possa deliberar, escolher e defender os seus direitos em áreas como a da publicidade enganosa, enquanto que o método da proteção é aquele em que o Estado deve assegurar proteção ao consumidor, mesmo aquele informado, contra atos abusivos dos fornecedores, como acontece na anulação de cláusulas contratuais abusivas.

As formas preventivas são aquelas que o Estado deve adotar para evitar o prejuízo do consumidor através do controle preventivo dos mercados de consumo, como quando retira produtos perigosos de circulação. Os métodos curativos adotados pelo Estado devem proporcionar efetivos meios para que o consumidor seja reparado em caso de ter sofrido prejuízos, como no caso de indenizações por danos causados por práticas abusivas do fornecedor.

Os meios individuais e os meios coletivos se referem aos remédios adotados para a proteção do consumidor. O primeiro trata das formas de proteção individual ao consumidor numa perspectiva de Direito Privado, enquanto que o segundo reporta-se à noção de que o consumo é um fenómeno de massa, privilegiando a adoção de meios coletivos para a proteção do consumidor.

O método da *hard law* estabelece que as normas consumeristas são de ordem pública e imperativas, não podendo ser afastadas pela vontade das partes, como é no Brasil; enquanto que o método da *soft law* não têm o carácter de ordem pública e permite maior flexibilidade na aplicação da regra jurídica.

Interessam, peculiarmente, os últimos dois métodos para a coerência argumentativa da melhor saída para a harmonização das legislações consumeristas no âmbito do Mercosul. No Direito Internacional, as normas da *hard law* são reconhecidas como fonte de direito e geram obrigações que, se não cumpridas, acarretam em responsabilidade internacional do Estado que as violarem¹³³. Por outro lado, a *soft law* trata de instrumentos escritos não-obrigatórios, sendo eles recomendações aos Estados para que adotem seus conteúdos nos direitos internos.

A estrutura orgânica intergovernamental do Mercosul é dotada de autonomia dos Estados-partes frente a um conjunto de regras mercosulinas não hierarquizado e que não goza de aplicabilidade direta. As normas elaboradas no seio do bloco, então, estão sujeitas a um procedimento formal de transposição para constarem nos ordenamentos jurídicos internos dos países integrantes do Mercosul e, se este não for feito ou for feito inadequadamente, não há

¹³³ FARIAS, Inez Lopes Matos Carneiro de. A proteção do consumidor internacional no comércio eletrônico.... p. 76.

qualquer tipo de sanção. A precariedade deste procedimento, associada a prioridade de se proteger o consumidor mercosulino com o objetivo de avançar na integração, urge por instrumentos jurídicos que permitam a harmonização legislativa superando a morosidade que se revela.

Por isso, a *hard law* não parece ser o ideal para a proteção consumerista, uma vez que a obrigatoriedade que as normas feitas por esse método pedem a internalização pelos Estados-parte. Um organismo intergovernamental, por se traduzir numa fusão de interesses dos governos dos países que o compõe e não ter qualquer caráter de supranacionalidade normativa ou de supranacionalidade decisional, apenas recepciona o método da *hard law* após o momento da aproximação legislativa; ou seja, a harmonização num bloco intergovernamental é pressuposto para a aplicabilidade de instrumentos jurídicos obrigatórios.

Quando se diminuem ou eliminam as assimetrias entre direitos internos dos Estados-membros de um bloco regional, a transposição de normas produzidas pelo bloco com caráter obrigatório, que objetivem o alcance o nível de integração a que o organismo se propõe, é facilitada, pois a harmonização legislativa tem foco em direcionar os ordenamentos jurídicos de todos os Estados-membros aos objetivos do bloco.

A *soft law*, por outro lado, demonstra ser a forma mais adequada para se alcançar a defesa do consumidor no território do Mercosul de acordo com seu tipo de organismo.

O método da *soft law*, por sua falta de obrigatoriedade, possibilita aos Estados internalizar o que foi por ela preferido de acordo com os interesses internos, enquanto esse caráter flexível possibilita a elaboração de norma regional posterior como objeto de vontade dos seus Estados-membros. Associa-se a *soft law* com a forma como o Mercosul é estruturado, ou seja, composta por interesses dos governos dos Estados-partes, uma vez que têm efeito político, porque

"correspondem a atos de vontade dos Estados em potencial, que pode atingir fatos presentes e futuros. No presente, se seu conteúdo for adotado voluntariamente por um ou mais Estados; no futuro, se essa norma se tornar um costume internacional."¹³⁴

A não-obrigatoriedade da *soft law* não é um impedimento para que o que está disposto no instrumento seja seguido porque, como visto acima, a eficácia das decisões mercosulinas depende da vontade dos Estados-partes, das empresas e da população do Mercosul. Desta maneira, não há como imaginar uma sanção para o Estado-parte que não cumpra corretamente uma decisão do Mercosul, haja vista não haver nenhuma disposição do tipo em suas fontes originárias.

¹³⁴ *Idem*, p. 76.

O princípio da flexibilidade do Mercosul recepciona o método da *soft law* pois considera que a execução do TA está a cargo dos seus órgãos e dos Governos, funcionando como uma diretiva de procedimento para a tomada das deliberações necessárias, igualmente constituindo elemento primário para a interpretação do instrumento normativo¹³⁵, interpretação esta que deve ser dinâmica e associar os interesses do Mercosul com o do direito interno do Estado-parte.

Depois de explicitada a relevância que a *soft law* tem como melhor forma de se obter a harmonização legislativa no Mercosul, cabe saber qual é o instrumento certo dela para a proteção do consumidor.

A norma da *soft law* pode se materializar em diretrizes, recomendações, protocolos, guias, códigos de condutas, elaborados por comissões e organismos não estatais¹³⁶. Apresentar-se de tantos jeitos evidencia o caráter de diversidade deste tipo de norma.

Contudo, é na forma de lei-modelo que a *soft law* se demonstra como a alternativa mais viável para a realização da harmonização legislativa de proteção do consumidor mercosulino.

A lei-modelo, ou lei-tipo, é uma lei genérica que pode guiar os Estados-membros em seus processos legislativos¹³⁷. É, então, um conjunto de normas jurídicas criada para a tutela de uma série de direitos que serve de quadro referencial para legisladores internos¹³⁸, sem a força obrigatória de uma lei tradicional.

A produção de uma lei-modelo para que se atinja a proteção do consumidor mercosulino é vista como possível através da análise do histórico de fracassos com relação a harmonização da defesa do consumidor no âmbito do bloco. Quando falhou a tentativa de projeto de regulamento comum para a defesa do consumidor no Mercosul, foi porque este propunha uma verdadeira unificação legislativa, com o propósito de tornar a proteção do consumidor em todo o território do bloco como uma só, em vez de aproximar as definições do direito interno a fim de promover a integração. Por outro lado, o Protocolo de Santa Maria foi assinado e aprovado pelos Estados-partes, e só não entrou em vigor por conta desse projeto de regulamento comum.

O que se viu, então, foi que a assinatura do PSM por parte dos países integrantes do bloco significou concordância com suas disposições. Entretanto, como visto acima, o procedimento de

¹³⁵ FARIA, José Ângelo Estrela. O Mercosul: Princípios, Finalidade e Alcance do Tratado de Assunção,... p. 5-6

¹³⁶ ABBUD, André de Albuquerque Cavalcanti. *Soft Law* e Produção de Provas na Arbitragem Internacional,... p. 2

¹³⁷ Lei-modelo ajuda países na luta contra o tráfico de seres humanos, a forma moderna de escravidão. Disponível em <<https://www.unodc.org/lpo-brazil/pt/frontpage/2009/07/06-lei-modelo-ajuda-paises-na-luta-contra-o-traffic-de-seres-humanos-a-forma-moderna-de-escravidao.html>>. Último acesso em 14 de novembro de 2015.

¹³⁸ SOARES, Guido Fernando Silva. Arbitragem Comercial Internacional e o Projeto da UNCITRAL (Lei-modelo)..., p. 38

internalização das regras do PSM seria aquele precário típico do Mercosul, já que é um organismo intergovernamental. Desta forma, tem o PSM alguma utilidade com relação a uma lei-modelo?

A resposta à questão é afirmativa. O PSM é de suma importância para a elaboração de uma lei-modelo que tutele a proteção do consumidor justamente por sua ampla aceitação pelos Estados-partes. Além destes, doutrina se demonstra favorável ao texto do PSM: KLAUSNER acredita na sua reedição a fim de corrigir os erros do Protocolo, enquanto LIMA MARQUES defende que o PSM em si deve ser a lei-modelo que orientará os Estados-partes¹³⁹.

Utilizar a solução proposta por KLAUSNER não é vantajoso, pois implicaria em nova verificação por parte dos governos dos países integrantes do bloco, resultando num processo demorado, além de não superar o problema original da frágil forma de transposição de regras mercosulinas pelos direitos internos.

A alternativa proposta por LIMA MARQUES também é insuficiente para a questão do consumidor mercosulino. Isto se dá porque, além das falhas do referido Protocolo citadas no capítulo anterior, o PSM tem aplicabilidade limitada, não abarcando os consumidores ativos nem os contratos de transporte: utilizar como lei-tipo um texto normativo que não trata de todos os tipos de consumidor internacional é imprudente e não oferece defesa ampla.

Assim, como o PSM não é taxativo, ele deve servir como ponto de partida para a confecção da lei-modelo para a proteção do consumidor no Mercosul, pois os Estados-partes concordaram plenamente com seu conteúdo.

Também é interessante para a confecção da lei-tipo o projeto de Norma Mercosul Aplicável a Contratos Internacionais de Consumo, igualmente mencionado no capítulo anterior. Tal projeto está em fase de análise e tem clara influência do PSM, mas foi elaborado a partir de conceitos básicos da relação de consumo mais amplos que o do PSM, abarcando também o consumidor ativo. Contudo, ele ainda não é o ideal, pois, como demonstrado anteriormente, tem disposições confusas e adota o princípio da autonomia de vontade de forma a aumentar a vulnerabilidade do consumidor.

A lei-modelo para a proteção do consumidor mercosulino deve refletir a concepção majoritária dos governos em seus conceitos basilares. Uma vez que o caráter do Mercosul é

¹³⁹ GOMES, Joséli Fiorin. Uma Análise da Proteção do Consumidor no Mercosul: “La Trama Y El Desenlace”,... p. 16.

intergovernamental e os seus interesses são atrelados ao poder executivo dos países, a lei-tipo deve possibilitar o alcance dos objetivos do bloco (o desenvolvimento econômico e a justiça social) oferecendo *standarts* mínimos de consumidor, relação de consumo e fornecedor para guiar os legisladores dos Estados-partes. Deve contemplar o consumidor ativo e o consumidor passivo, abrangendo os contratos eletrônicos.

Da mesma forma que a cartilha de princípios básicos de defesa do consumidor na UE, a lei-modelo deve ter uma base principiológica também mínima para os Estados-partes seguirem. Os países podem, se desejarem, oferecer proteção mais ampla aos consumidores.

A solução proposta para a defesa do consumidor mercosulino através de uma lei-modelo não se confunde com a mera adoção da lei nacional do domicílio do consumidor para a sua efetiva defesa, justificada por conta de o consumidor supostamente ter mais conhecimento do ordenamento jurídico de seu país. A lei-tipo deve usar a lei mais favorável ao consumidor para proporcionar a sua proteção, o que não se confunde com lei que o concede mais vantagens. Muitas vezes, a simples adoção da lei do domicílio do consumidor pode não ser a mais favorável¹⁴⁰ em relação a do domicílio do fornecedor ou a do local de celebração do contrato e, ainda, pode desfavorecer o equilíbrio na relação de consumo e colocar o consumidor acima do fornecedor, numa espécie de proteção onerosa a este. Superar essa noção é necessário porque o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor internacional não se resume a favorecê-lo, mas sim deve procurar estabelecer a igualdade material entre consumidor e fornecedor.

O artigo 25 do Protocolo de Ouro Preto estabelece que a Comissão Parlamentar Conjunta do Mercosul auxiliará na harmonização legislativa, mediante proposta do Grupo Mercado Comum ao Conselho do Mercado Comum. A Comissão de Comércio do Mercosul, onde se situa o CT-7, auxilia o Grupo Mercado Comum através de Diretrizes e Propostas, sendo a primeira de natureza obrigatória¹⁴¹. Deste modo, dada a natureza não vinculativa de uma lei-modelo por ser *soft law*, seria em forma de Proposta do CT-7 que a lei-tipo para a proteção do consumidor no Mercosul se materializaria.

LIMA MARQUES ressalva uma crítica relevante à composição dos órgãos do Mercosul, o que se aplica ao CT-7. A autora aponta que o fato desses órgãos serem compostos por servidores

¹⁴⁰ KLAUSNER, Eduardo Antônio. Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional..., p. 226.

¹⁴¹ GAIO JÚNIOR, Antônio Pereira. O Consumidor e Sua Proteção na União Europeia e Mercosul: pesquisa conjuntural como contribuição à Política Desenvolvimentista de Proteção Consumerista nos Blocos,... p. 170 e p. 240.

públicos dos Ministérios das Economia, Relações Exteriores e da Justiça, e não por parlamentares ou consumidores acarreta em satisfação de interesses momentâneos governamentais, e não com o interesses reais dos consumidores¹⁴². Por isso, urge a lei-modelo ser elaborada de acordo com as recomendações advindas do Foro Consultivo Econômico-Social do Mercosul. Estas recomendações são encaminhadas ao Grupo Mercado Comum assim como as Propostas da CT-7. Não se pode olvidar, também, a participação ativa de juristas especializados em Direito do Consumidor e de associações de consumidores para que a lei-modelo seja plena ao associar interesses governamentais e defesa do consumidor.

Assim, a melhor proposta para a harmonização legislativa das relações de consumo mercosulinas, dada a estrutura orgânica intergovernamental do Mercosul, é a confecção de uma lei-modelo para a proteção do consumidor no Mercosul, o que guiaria os Estados-partes a moldarem os seus ordenamentos jurídicos internos de forma a atingir os objetivos do bloco. Esta opção, ao tornar viável a aproximação legislativa, proporcionará a segurança jurídica para que o consumidor mercosulino atue mais no mercado regional, favorecendo a integração econômica e social do bloco e, conseqüentemente, dotando-o de relevância no mercado internacional.

¹⁴² MARQUES, Cláudia Lima. Direitos do Consumidor no Mercosul: algumas sugestões frente ao impasse..., p. 20

5. CONCLUSÕES

O presente estudo buscou propor uma solução nova para o impasse da proteção do consumidor no Mercosul através de uma breve análise comparativa entre a sua estrutura orgânica e a da União Europeia, valendo-se da visão de RIBEIRO sobre o Direito Comparado, que "*deve ser a base do direito universal*" quando na procura de princípios e *standarts* em comum entre diferentes sistemas jurídicos¹⁴³.

Primeiramente, foi demonstrada a situação do consumidor internacional, assim entendido como aquele que adquire bem ou serviço como destinatário final de fornecedor estrangeiro, num contexto de globalização, em que a economia se torna global e a relação entre os Estados se estreita, trazendo, assim, aproximação de culturas. O consumo é estimulado a todo momento desde o século XX, e a proteção ao consumidor torna-se mister frente a sua vulnerabilidade, esta que é ampliada por conta do fator estrangeiro que uma relação de consumo internacional têm.

O consumidor é sujeito de Direito Internacional e agente e beneficiário do mercado, o que destaca a sua importância para que o processo de globalização continue evoluindo. Destarte, o princípio da proteção pertencente ao Direito Internacional, como gênero, possui a especificidade do princípio da vulnerabilidade do consumidor para se justificar a proteção das relações de consumo além das fronteiras de um país.

Argumentou-se que a defesa do consumidor não é barreira tarifária ao livre-comércio porque não se trata de mero protecionismo estatal, mas uma necessidade econômica e social. A legislação que garante a tutela do consumidor ajuda na concorrência dos produtos e serviços, melhorando-os e estabelecendo um patamar de qualidade e ajuda a movimentar o comércio por assegurar ao consumidor a efetividade de seus direitos.

Depois de situado o consumidor internacional na contemporaneidade, foi a vez de tratar a sua posição nos blocos econômicos, estes criados pela regionalização, que é a contrapartida dos países à globalização ao unirem interesses comuns formando organizações internacionais com o objetivo de integrarem-se e atuarem de forma mais efetiva no cenário mundial. Considerado o bloco mais avançado da atualidade, a União Europeia, diante de uma necessidade de integrações econômica e social para o seu avanço, reconheceu a proteção do consumidor como um de seus

¹⁴³ RIBEIRO, Marilda Rosaldo de Sá. Importância do Direito Comparado..., p. 686. In: KLAUSNER, Eduardo Antônio. Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional..., p. 231

valores fundamentais, colocando-o em uma posição de destaque e oferecendo a sua defesa através de seus instrumentos normativos comunitários. Desta forma, tornou-se uma referência global para a proteção do consumidor dentro de um bloco econômico.

De forma a seguir esta influência européia, o Mercosul tentou estabelecer uma proteção para o consumidor; contudo, falhou miseravelmente ao propor uma unificação legislativa através de um regulamento comum de defesa do consumidor mercosulino, o que significaria perda de conquistas importantes dos consumidores brasileiros trazidas em nosso Código Brasileiro de Defesa do Consumidor.

Como se admite a proteção do consumidor internacional indispensável na conjuntura de um bloco econômico para que haja desenvolvimento econômico e conseqüente crescimento do mercado regional, o objetivo foi de procurar uma maneira de realizá-la no Mercosul. Para isso, foi preciso o exame da estrutura orgânica do Mercosul e da UE, procurando assim provar que, por terem naturezas diferentes, não é da mesma maneira que se alcançaria a harmonização legislativa consumerista em cada bloco.

Assim, evidenciou-se que o caráter de supranacionalidade da UE a permite possuir um direito comunitário que está hierarquicamente acima dos direitos internos de seus Estados-membros, possibilitando, assim, a proteção do consumidor com uma harmonização mínima de conceitos basilares por meio de diretivas e regulamentos proferidos no seio de União e com aplicabilidade direta aos ordenamentos jurídicos nacionais. O Mercosul, por sua vez, dispõe de um sistema intergovernamental que não possui sequer supranacionalidade normativa; destarte, não é possível atingir a proteção do consumidor mercosulino através de instrumentos que gerem obrigações para os Estados-partes, uma vez que não existe sanção para a má transposição ou não transposição das regras do bloco pelos direitos dos países.

Realizou-se uma breve comparação dos ordenamentos jurídicos acerca do consumidor dos Estados-parte do Mercosul (Brasil, Argentina, Paraguai, Uruguai e Venezuela) com um recorte que evidenciou três conceitos basilares consumeristas – consumidor, fornecedor e relação de consumo – como forma de provar que é possível a harmonização legislativa, uma vez que todos possuem legislação protetiva e apartada do Código Civil, ainda que em níveis diferentes.

Por isso, o estudo propõe a conquista da harmonização legislativa de proteção do consumidor no Mercosul através de uma lei-modelo, ou seja, de um instrumento de *soft law* que oriente os legisladores internos dos Estados-partes a modificar suas leis de proteção do

consumidor de acordo com os objetivos do bloco. Uma vez que essa tarefa fosse cumprida, crê-se que um ato normativo seria mais bem recepcionado pelos países do Mercosul, haja vista os ordenamentos jurídicos puderem ter se aproximado com a lei-modelo.

Por conta da matriz principiológica que abarcaria a lei-modelo consumerista do Mercosul, todos os atos normativos posteriores que tratassem de setores específicos de bens e serviços relacionados ao consumo estariam também ligadas a essa referência, assim promovendo a coerência das relações de consumo intrabloco como um todo.

A falta de congruência intrabloco em relação ao consumidor favorece a visão errônea de que a sua defesa se porta como uma barreira tarifária ao livre comércio. Quando os Estados que fazem parte de um bloco não dispõem de uma harmonizada proteção do consumidor, não existe somente o desestímulo do consumidor por não ter segurança jurídica numa relação de consumo internacional, mas também do empresário que, como fornecedor, tem de trabalhar com padrões diferentes. A indispensabilidade da harmonização legislativa consumerista no Mercosul não é um esforço, então, apenas pela questão social, trazida principalmente pela recente assinatura pelos países do Estatuto da Cidadania do Mercosul, mas também pela questão econômica.

Partindo da idéia de que a razão de necessidade econômica de um bloco regional leva a uma soberania supranacional para o seu pleno progresso¹⁴⁴, acredita-se que o princípio da gradualidade do Mercosul pode levá-lo a ter um caráter supranacional no futuro sob pena de estagnação de sua prosperidade, o que seria fundamental para a plenitude da proteção do consumidor, como por exemplo na criação de um Tribunal de Justiça do Mercosul supranacional, o qual traria harmonia nas decisões e formaria uma jurisprudência mercosulina garantidora da segurança jurídica do consumidor.

Conclui-se que, por conta vulnerabilidade peculiar ao consumidor internacional, as regras tradicionais de Direito Internacional não são suficientes para protegê-lo num bloco regional. Também não são os direitos internos dos países o bastante para que se concretize uma defesa do consumidor internacional, pois apenas os considerar individualmente não cumpre com o propósito de integração que um bloco procura para se destacar no mercado mundial. Assim, harmonizar as legislações protetivas relativamente ao consumidor no Mercosul por intermédio de uma lei-modelo, enquanto não se supera o modelo intergovernamental que o bloco possui, é o

¹⁴⁴ GAIO JÚNIOR, Antônio Pereira. O Consumidor e Sua Proteção na União Europeia e Mercosul: pesquisa conjuntural como contribuição à Política Desenvolvimentista de Proteção Consumerista nos Blocos,... p. 35.

mais adequado para o seu avanço e para a concretização da proteção do consumidor internacional no bloco.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABBUD, André de Albuquerque Cavalcanti. **Soft Law e Produção de Provas na Arbitragem Internacional**. São Paulo: Atlas, 2014. p. 1-30.

ABREU, Paula Santos de. A Proteção do Consumidor no âmbito dos Tratados da União Europeia, Nafta e Mercosul. **Revista Jurídica**, Brasília, v. 7, n. 73, , p.01-20, junho/julho, 2005. p. 1-20.

ALDAZ, C. Martinez de Aguirre Y. **Derecho Comunitário y Protección de los consumidores**. Madrid: Actualidad, 1990. p. 22.

ARGENTINA. **Ley Nº 24.240**. Normas de Protección y Defensa de los Consumidores. Autoridad de Aplicación. Procedimiento y Sanciones. Disposiciones Finales. 22 set. 1993. Disponível em <<http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/638/texact.htm>>. Último acesso em 29 de novembro de 2015.

BRASIL. **Decreto Nº 1.901, De 09 De Maio De 1996**. Promulga o Protocolo Adicional ao Tratado de Assunção sobre a Estrutura Institucional do MERCOSUL (Protocolo de Ouro Preto), de 17 de dezembro de 1994. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D1901.htm>. Último acesso em 29 de novembro de 2015.

BRASIL. **Decreto-Lei Nº 4.657, De 4 De Setembro De 1942**. Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del4657compilado.htm>. Último acesso em 29 de novembro de 2015.

BRASIL. **Lei No 5.869, De 11 De Janeiro De 1973**. Institui o Código de Processo Civil. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5869compilada.htm>. Último acesso em 29 de novembro de 2015.

BRASIL. **Lei Nº 8.078, De 11 De Setembro De 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>. Último acesso em 29 de novembro de 2015.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. **Recurso Especial 63981 SP 1995/0018349-8**. Relator: Ministro Aldir Passarinho Junior. Pesquisa de Jurisprudência, Acórdãos, 20 out. 2000. Disponível em <<http://stj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/330218/recurso-especial-resp-63981-sp-1995-0018349-8>>. Último acesso em 29 de novembro de 2015.

CALAIS-AULOY, Jean; ATEINMETZ, Frank. **Droit de la Consommation**. 6. ed. Paris: Précis Dalloz, sdn 1, 2003.

CALVO CARAVACA, Alfonso Luis. **Derecho Internacional Privado**. 11. ed. Espanha: Editorial Comares, S.L., 2010, p. 11.

CARVALHO, Andréa Benetti. **Proteção Jurídica ao Consumidor no Mercosul**. Disponível em <<http://www.egov.ufsc.br/portal/conteudo/prote%C3%A7%C3%A3o-jur%C3%ADdica-ao-consumidor-no-mercosul>>. Último acesso em 27 de novembro de 2015.

DEL'OLMO, Florisbal de Souza. **Curso de Direito Internacional Privado**. 8. ed.rev.atual. Rio de Janeiro: Forense, 2005. p. 171-177.

DOLINGER, Jacob. **Direito Internacional Privado (Parte Especial)** – Direito Civil Internacional - v. II - Contratos e obrigações no Direito Internacional Privado. Rio de Janeiro: Renovar, 2007. p. 98.

FARIA, José Ângelo Estrela. **O Mercosul: Princípios, Finalidade e Alcance do Tratado de Assunção**. Texas: Subsecretaria-Geral de Assuntos de Integração, Econômicos e de Comércio Exterior, Núcleo de Assessoramento Técnico, 1993. p. 5-6.

FARIAS, Inez Lopes Matos Carneiro de. **A proteção do consumidor internacional no comércio eletrônico**. Dissertação (mestrado em Direito) – Curso de Pós-Graduação em Direito, Faculdade de Direito de São Paulo, 2002.

GAIO JÚNIOR, Antônio Pereira. **O Consumidor e Sua Proteção na União Europeia e Mercosul: pesquisa conjuntural como contribuição à Política Desenvolvimentista de Proteção Consumerista nos Blocos**. Curitiba: Juruá, 2014.

GOMES, Joséli Fiorin. **Uma Análise da Proteção do Consumidor no Mercosul: “La trama Y El Desenlace”**. Revista de Direito do Consumidor: RDC, v. 21, n. 82, p. 213-263, abr./jun. 2012.

GRINOVER, Ada Pellegrini et. al. **Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto**. 7. e.d. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.

KLAUSNER, Eduardo Antônio. **Direito Internacional do Consumidor: a proteção do consumidor no livre-comércio internacional**. Curitiba: Juruá, 2012.

MARQUES, Cláudia Lima. **A insuficiente proteção do consumidor nas normas de Direito Internacional Privado**- Da necessidade de uma convenção interamericana(CIDIP) sobre a lei aplicável a alguns contratos e relações de consumo. RT, v.788, p. 11-56, jun. 2001.

MARQUES, Cláudia Lima. Direitos do Consumidor no Mercosul: algumas sugestões frente ao impasse. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, RT, n. 32, out/dez 1999. p. 20.

MARQUES, Cláudia Lima. **O Código Brasileiro de Defesa do Consumidor e o MERCOSUL: estudos sobre a proteção do consumidor no Brasil e no MERCOSUL**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 1994. p. 98.

MARTINS, Ana Maria Guerra. **Manual de Direito da União Europeia**. Lisboa: Almedina, 2012.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DO MINISTÉRIO PÚBLICO DO CONSUMIDOR. **Mercosul e Peru lançam o primeiro Manual de Defesa do Consumidor da Região**. 17 jul. 2015.

Disponível em

<http://www.mpcon.org.br/webforms/template.aspx?campo=10549&secao_id=274>. Último acesso em 31 de outubro de 2015.

MERCOSUL. Declaração Presidencial Dos Direitos Fundamentais Dos Consumidores Do Mercosul. 15 dez. 2000. Disponível em

<http://www.mercosur.int/msweb/Documentos/Publicados/Declaraciones%20Conjuntas/003672406_CMC_15-12-2000__DECL-DPR_S-N_PT_DerechosConsum.pdf>. Último acesso em 29 de novembro de 2015.

MERCOSUL. MERCOSUL/CMC/DEC Nº10/96. MERCOSUL/CMC/DEC Nº10/96.

Protocolo De Santa Maria Sobre Jurisdição Internacional Em Matéria De Relações De Consumo. 1996. Disponível em

<http://www.stf.jus.br/arquivo/cms/forumCorteSupremaNorma/forumCorteSupremaNorma_AP_75315.pdf>. Último acesso em 29 de novembro de 2015.

MERCOSUL. MERCOSUL/CMC/DEC. Nº 64/10. Estatuto Da Cidadania Do Mercosul: Plano De Ação. 16 dez. 2010. Disponível em

<http://www.mercosur.int/innovaportal/file/2810/1/DEC_064-2010_PT_Estatuto_da_Cidadania.pdf>. Último acesso em 29 de novembro de 2015.

MERCOSUL. MERCOSUL/LXXXIX GMC/P. DEC. Nº 15/12. Acordo Do Mercosul Sobre Direito Aplicável Em Matéria De Contratos Internacionais De Consumo. 2012. Disponível em

<www.mercosur.int/.../p.dec._015-12_pt_acordo_mercosul_contratos_internacionais_consumo>. Último acesso em 29 de novembro de 2015.

MERCOSUL. Tratado De Assunção. Tratado Para A Constituição De Um Mercado Comum Entre A República Argentina, A República Federativa Do Brasil, A República Do Paraguai E A República Oriental Do Uruguai. Disponível em <

http://www.desenvolvimento.gov.br/arquivos/dwnl_1270491919.pdf>. Último acesso em 31 de outubro de 2015.

MERCOSUL. Saiba mais sobre o MERCOSUL. Disponível em <

<http://www.mercosul.gov.br/index.php/saiba-mais-sobre-o-mercossul>>. Último acesso em 29 de outubro de 2015.

MORAES, Alexandre de. **Direito Constitucional**. 31. ed. São Paulo: Atlas, 2015. p. 26.

ORGANIZAÇÃO DOS ESTADOS AMERICANOS. Sobre a OEA. Disponível em

<http://www.oas.org/pt/sobre/quem_somos.asp>. Último acesso em 29 de novembro de 2015.

PARAGUAI. Ley No 1334 De Defensa Del consumidor Y Del Usuario. Disponível em

<http://www.mic.gov.py/v1/sites/172.30.9.105/files/Ley%2016_0.pdf>. Último acesso em 29 de novembro de 2015.

PESCATORE, Pierre. **Lê droit De L'integration Emergence D'un Phénomène Nouveau Dan Les Relations Internationales Selon L'experiente Des Communautés Européenes.** França: Bruylant, 2005. p. 51.

POLETTI, Ronaldo. **Introdução ao Direito.** 4. ed. Imprensa: São Paulo, Saraiva, 2010.

PORTAL BRASIL. **Sindec é modelo de defesa do consumidor para Mercosul.** 11 dez. 2014. Disponível em <<http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2014/12/sindec-e-modelo-de-defesa-do-consumidor-para-mercosul>>. Último acesso em 31 de outubro de 2015.

REZEK, Francisco. **Direito Internacional Público:** curso elementar. São Paulo: Saraiva, 2010.

SOARES, Guido Fernando Silva. Arbitragem Comercial Internacional e o Projeto da UNCITRAL (Lei-modelo). **Revista da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo**, v. 82, 1987.

TANG, Zheng Sophia, Consumer Collective Redress in European Private International Law (2011). **Journal of Private International Law**, Vol. 7, pp. 101-141, 2011. Disponível em <<http://ssrn.com/abstract=2079237>>. Último acesso em 2 de novembro de 2015.

UNIÃO EUROPEIA. **A Defesa do Consumidor na União Europeia:** dez princípios básicos. Disponível em <http://europa.eu.int/comm/consumers/cons_info/10principles_en.htm>. Último acesso em 2 de novembro de 2015.

UNIÃO EUROPEIA. **Acórdão do Tribunal de 19 de Janeiro de 1993. Shearson Lehmann Hutton Inc. contra TVB Treuhandgesellschaft für Vermögensverwaltung und Beteiligungen mbH.** Disponível em <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:61991CJ0089>> . Último acesso em 29 de outubro de 2015.

UNIÃO EUROPEIA. **Directiva 2008/48/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 23 de Abril de 2008 , relativa a contratos de crédito aos consumidores e que revoga a Directiva 87/102/CEE do Conselho.** Disponível em <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:32008L0048>>. Último acesso em 30 de outubro de 2015.

UNIÃO EUROPEIA. **Livros Verdes.** Disponível em <http://ec.europa.eu/green-papers/index_pt.htm>. Último acesso em 30 de outubro de 2015.

LUCCA, Newton de. **Direito do Consumidor.** Teoria Geral da Relação de Consumo. São Paulo: Quartier Latin, 2003.

UNODC. **Lei-modelo ajuda países na luta contra o tráfico de seres humanos, a forma moderna de escravidão.** Escritório de Ligação e Parceria no Brasil. Disponível em <<https://www.unodc.org/lpo-brazil/pt/frontpage/2009/07/06-lei-modelo-ajuda-paises-na-luta-contra-o-trafico-de-seres-humanos-a-forma-moderna-de-escravidao.html>>. Último acesso em 14 de novembro de 2015.

URUGUAI. **Ley N° 17.189.** Dictanse Normas Relativas A Las Relaciones De Consumo.

Disponível em

<<http://www.parlamento.gub.uy/leyes/AccesoTextoLey.asp?Ley=17189&Anchor=>>>. Último

acesso em 29 de novembro de 2015.

VASCONCELOS, Raphael Carvalho de. **Cross-Border Consumption and Brazilian Law.** Panorama of Brazilian Law, Vol. 1, pp 119-138; doi:10.17768/pbl.a1.n1.p119, 2013.

VENEZUELA. **Ley Para la Defensa de las Personas en el Acceso para los Bienes y Servicios.** Jun. 2009. Disponível em <http://www.mincomercio.gob.ve/wordpress/wp-content/uploads/2015/02/ley_indepabis_2010.pdf>. Último acesso em 29 de novembro de 2015.

VENTURA, Deisy de Freitas Lima. **A Ordem Jurídica do MERCOSUL.** Porto Alegre: Livraria do Advogado, 1996.

7. ANEXOS

ANEXO 01: PROTOCOLO DE SANTA MARIA SOBRE JURISDIÇÃO INTERNACIONAL EM MATÉRIA DE RELAÇÕES DE CONSUMO

**ANEXO 02: ACORDO DO MERCOSUL SOBRE DIREITO APLICÁVEL EM MATÉRIA
DE CONTRATOS INTERNACIONAIS DE CONSUMO**