ISSN Impresso 1809-3280 | ISSN Eletrônico 2177-1758
www.esmarn.tjrn.jus.br/revistas

DIREITO E LIBERDADE

GLOBALIZAÇÃO, INTEGRAÇÃO ECONÔMICA E DIREITO DO CONSUMIDOR COMPARADO: COTEJO DAS NORMAS DE DIREITO DO CONSUMIDOR DOS PAÍSES MEMBROS DO MERCOSUL

GLOBALIZATION, ECONOMIC INTEGRATION AND COMPARED CONSUMER LAW: COMPARISON OF THE CONSUMER LAWS OF THE MERCOSUL'S MEMBER COUNTRIES

Anna Taddei Alves Pereira Pinto Berquó*

RESUMO: A Globalização trouxe mudanças significativas à economia latino-americana, nos últimos anos. Com o mercado cada vez mais globalizado, os Estados reforçam suas estratégias de competitividade, integrando-se em blocos regionais. O Brasil integrou-se regionalmente a outros Estados, assinando, em 1991, juntamente com Argentina, Paraguai e Uruguai, o Tratado de Assunção, instituindo o Mercosul, mercado que abarca diversos aspectos de um mercado comum, como o mercado de consumo. Para que o Mercosul possa desenvolver seu mercado consumidor, é importante que os países membros harmonizem suas legislações consumeristas, a fim de superar as diferenças que as respectivas leis apresentam.
Palavras-chave: Globalização. Integração econômica. Mercosul. Direito do Consumidor.

ABSTRACT: Globalization has brought significant changes to the Latin American economy in recent years. With an increasing global market, the states reinforce their competitiveness strategies, integrating themselves into regional blocs. Brazil joined other regional blocs, for instance signed in 1991, with Argentina, Paraguay and Uruguay, the Treaty of Asunción establishing Mercosul, a market that covers various aspects of a common market, as the consumer market. For Mercosul to develop its consumer market, it is important that the member countries harmonize their consumer legislation in order to overcome the differences that in their laws that the member countries have.
Keywords: Globalization. Economic integration. Mercosul. Consumer Law.

* Professora das Faculdades Integradas de Patos – FIP. Advogada. Email: annataddeiprof@yahoo.com.br.

1 INTRODUÇÃO

O cotejo das legislações de defesa do consumidor da Argentina, Uruguai, Paraguai e Brasil, é de suma importância, uma vez que estes países integram o Mercado Comum do Sul – Mercosul, e estão na expectativa de firmar um Regulamento Comum que harmonize o Direito do Consumidor no âmbito do referido mercado.

Antes de abordar os aspectos do Direito do Consumidor, comparado ao dos países integrantes do Mercosul, far-se-á um enfoque geral sobre a Globalização e o processo de integração econômica. Posteriormente, especificar-se-á, sucintamente, a relação de consumo em conformidade com a Lei 8.078/90, para, finalmente, tratar dos aspectos legais referentes às definições de consumidor, fornecedor, produtos e serviços, e os direitos básicos dos consumidores previstos na legislação consumerista dos países integrantes do Mercosul.

2 ENFOQUE GENÉRICO DA INTEGRAÇÃO LATINO-AMERICANA

A Globalização, cujas raízes remontam à época das grandes navegações do século XVI, apresenta-se como questão nuclear de inúmeros debates em torno das conseqüências que o referido fenômeno trouxe à economia latino-americana, nos últimos sessenta anos. Vê-se que, atualmente, parcela considerável da vida social funda-se nos processos globais, o que pode, inclusive, levar à dissolução da cultura, economias e fronteiras nacionais.[1]

De fato, o termo globalização apresenta vários significados, entre eles o de união de políticas econômicas, sendo uma das conseqüências a perda da soberania econômica e política dos Estados.[2] Com o mercado mais globalizado, os países têm de reforçar suas estratégias de competição internacional, buscando integrar-se econômica e politicamente em blocos regionalizados. Há, portanto, complementaridade entre os processos de globalização e regionalização da economia mundial.[3]

1 HIRST, Paul; THOMPSON, Grahame. **Globalização em questão**: a economia internacional e as possibilidades de governabilidade. Petrópolis: Vozes, 1998. p. 13.

2 BAUMANN, Renato. Uma visão econômica da globalização. In: **O Brasil e a economia global**. Rio de Janeiro: Campus: Sobeet, 1996. p. 36.

3 COUTINHO, Luciano G. A fragilidade do Brasil em face da globalização. In: **O Brasil e a economia global.** Rio de Janeiro: Campus: Sobeet, 1996. p. 220.

De acordo com Reinaldo Gonçalves[4], a integração econômica gera um mercado integrado, eliminando-se barreiras comerciais, incentivando-se o movimento de fatores de produção e criando instituições que permitam a coordenação ou unificação de políticas econômicas em uma região geográfica contígua ou não.

A integração econômica dos países perfaz-se mediante etapas. A primeira, é a criação de uma área ou zona de livre comércio, com a eliminação de barreiras entre os países membros, que, no entanto, mantêm políticas comerciais independentes em relação a países não-membros da área. Há o que se denomina de Tarifa Zero, ou seja, produtos comercializados entre os países membros da zona estão livres de tarifação, existindo o Certificado de Origem que comprova a nacionalidade do produto.

A segunda fase é a união aduaneira. Nesta, existe a zona de livre comércio; contudo, os países membros seguem política comercial comum em relação aos países não-membros, existindo a Tarifa Externa Comum – TEC ou política setorial comum. Na terceira etapa, denominada de mercado comum, há a união aduaneira e a livre circulação de mão-de-obra, capital e empresas, inexistindo restrição de circulação. A quarta e última fase é a união econômica ou monetária. Nesta etapa, os países membros possuem um mercado comum em que há unificação de políticas monetárias e fiscais, bem como a unificação jurídica da região.

A integração econômica dos países latino-americanos deve-se à necessidade de gerir estratégias de competitividade no mercado global. A Comissão Econômica para a América Latina e Caribe – CEPAL - incentivou o processo integracionista mediante acordos multilaterais e celebração de tratados, uma vez que "en la época clásica del 'desarrollo hacia adentro', la integración fue vista por la CEPAL como un instrumento básico para superar problemas que generaba la sustitución de importaciones en mercados nacionales cerrados".[5]

Para adaptarem-se às perspectivas do mercado, os países latino-ame-

4 GONÇALVES, Reinaldo; et al. **A nova economia internacional**. Rio de Janeiro: Campus, 1998. p. 81-83.

5 COMISSÃO ECONÔMICA PARA AMÉRICA LATINA E CARIBE – CEPAL. **Notícias e atividades**: Palabras del Secretario Ejecutivo de la CEPAL, em 22 de agosto de 2001. [S.l.]. Disponível em: <http://www.eclac.cl/cgi-bin/getProd.asp?xml=/prensa/noticias/noticias/5/7595/P7595.xml&xsl=/prensa/tpl/p1f.xsl&base=/prensa/tpl/top-bottom.xslt>. Acesso em: 10 abr. 2007.

ricanos estão incrementando mudanças, principalmente nos processos financeiro, comercial e tecnológico, o que resulta na ampliação da inserção comercial e financeira regional, heterogeneidade entre os países e vulnerabilidade de suas economias.[6]

O Brasil integrou-se regionalmente a outros Estados latino-americanos, possibilidade que se baseou no parágrafo único do artigo 4º da Constituição Federal de 1988, que dispõe o seguinte: "a República Federativa do Brasil buscará a integração econômica, política, social e cultural dos povos da América Latina, visando à formação de uma comunidade latino-americana de nações."[7] É a forma encontrada para legitimar a construção de um bloco econômico regional. Atualmente, o Brasil é um dos membros do Mercado Comum do Sul, que também tem como membros a Argentina, o Uruguai e o Paraguai.

3 O MERCADO COMUM DO SUL - MERCOSUL

Após celebrar diversos tratados, Brasil, Argentina, Uruguai e Paraguai decidiram unir-se, estrategicamente, na construção de um mercado comum, assinando o Tratado de Assunção[8], em 1991, documento que institui o mercado comum denominado Mercosul, que estabelece a livre circulação de bens e fatores produtivos, tarifa externa comum e adoção de política comercial comum, coordenação de políticas macroeconômicas e harmonização das legislações, a fim de fortalecer o processo de integração da região.

A harmonização das legislações dos países do Mercosul é ratificada pelo artigo 25 do Protocolo Adicional ao Tratado de Assunção sobre a Estrutura Institucional do Mercosul[9], mais conhecido como Protocolo de

6 RUBIN, Luciane da Silva; MARION FILHO, Pascoal José. A economia latino-americana e a "globalização". **Revista de integração latino-americana,** Santa Maria, n.3, p. 105-107, 2005.

7 BRASIL. **Constituição (1988)**. Constituição da República Federativa do Brasil. [Brasília]. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituiçao.htm>. Acesso em: 10 abr. 2007.

8 CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFSA ECONÔMICA – CADE. **Tratado para a constituição de um mercado comum entre a República Argentina, a Republica Federativa do Brasil, a Republica do Paraguai e a República Oriental do Uruguai.** [Brasília]. Disponível em: <http://www.cade.gov.br/internacional/Tratado_de_Assuncao.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2007.

9 SISTEMA DE INFORMAÇÃO SOBRE COMÉRCIO EXTERIOR – SICE. **Protocolo Adicional ao Tratado de Assunção sobre a Estrutura Institucional do Mercosul – Protocolo de Ouro Preto.** [S.l.]. Disponível em: <http://www.sice.org/trade/mrcsrp/ourop/ourop_p.asp>. Acesso em: 10 abr. 2007.

Ouro Preto, firmado em dezessete de dezembro de 1994.

O Mercosul engloba diversos aspectos de um mercado comum, entre eles o mercado de consumo, que, no entanto, não parece estar entre os temas prioritários da agenda de relançamento do mercado.[10] De acordo com Fernando Antônio de Vasconcelos "os processos comunitários de integração econômica apresentam (...) tendência de unificar a proteção do consumidor"[11].

Verifica-se que existe dificuldade em implantar um Regulamento Comum que estabeleça as regras a serem compartilhadas, em conjunto, pelos países integrantes do referido mercado. Até porque, ao se analisar o Tratado de Assunção, percebe-se que o documento não faz referência ao mercado de consumo, consumidor ou relações de consumo. A elaboração do Regulamento Comum ficou sob a responsabilidade do Comitê Técnico n. 7, que trata dos temas relativos à defesa do consumidor.[12] Enquanto não se estatui o Regulamento Comum de Defesa do Consumidor, no âmbito do Mercosul, cada país membro do mercado cria suas próprias leis consumeristas. O Brasil foi o primeiro membro do Mercosul a elaborar um Código de Defesa do Consumidor, e os demais membros estatuíram, posteriormente, suas respectivas leis consumeristas, que em muito se assemelham à lei brasileira. No entanto, verificar-se que ainda existem diferenças por superior.

4 RELAÇÃO DE CONSUMO E DIREITOS BÁSICOS DOS CONSUMIDORES BRASILEIROS

No Brasil, antes da Constituição Federal de 1988, nenhuma outra Carta Magna havia explicitado a defesa do consumidor como um dos princípios norteadores da atividade e intervenção econômica do Estado. Até então, as leis promulgadas beneficiavam, indiretamente, os consumidores.

Ante o reconhecimento da situação de vulnerabilidade do con-

10 MERCOSUR. **Portal Oficial**. [S.l]. Disponível em: <http://www.mercosur.int/msweb/portal%20intermediario/pt/index.htm>. Acesso em: 10 abr. 2007.

11 VASCONCELOS, Fernando Antônio de. **Prespectivas do direito do consumidor no Mercosul**. **Verba Juris:** Anuário da pós-Graduação em Direito, ano 1, n. 1, João Pessoa, p. 85, jan./dez. 2002.

12 BATISTI, Leonir. **Direito do consumidor para o Mercosul**. Curitiba: Juruá, 1999. p. 418.

sumidor, o constituinte de 1988 definiu, no artigo 5°, inciso XXXII da Carta Republicana de 1988 que "o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor".[13] Com a finalidade de efetivar a tutela estatal de proteção do consumidor, no ordenamento jurídico, o constituinte de 1988 teve o cuidado de inserir, no Ato das Disposições Transitórias – ADCT, o artigo 48, que determinava a elaboração de um código de defesa do consumidor. Em 11 de setembro de 1990, foi finalmente promulgada a Lei 8.078/90, denominada de Código de Defesa do Consumidor, cuja riqueza de normas e cujo enlace com a Constituição federal permitem a sua devida e efetiva aplicação nas relações de consumo.

4.1 RELAÇÃO DE CONSUMO: SUJEITOS E OBJETO

Da análise da Lei 8.078/90, verifica-se que ela não apresenta uma definição de relação de consumo. Mas, através do estudo das normas de Direito do Consumidor, entende-se que relação de consumo é aquela em que o consumidor, que adquire, ou utiliza, produtos ou serviços fornecidos por fornecedor.

Para David G. Epstein e Steve H. Nickles a relação de consumo ocorre quando "a man or a woman obtaing credit, goods, real property or services for personal, family or household purposes".[14]

Portanto, relação de consumo é o vínculo jurídico constituído entre consumidor e fornecedor de bens de consumo, estabelecendo-se o exercício dos direitos e a consecução de obrigações previstos na legislação consumerista. Inexistindo uma das partes, ou não estando caracterizado o objeto (produto ou serviço), não se poderá falar em relação de consumo.

Tal relação abarca duas partes bem delineadas: em um dos pólos, há aquele que adquire um produto ou serviço, denominado de consumidor e, do outro lado, o fornecedor ou vendedor do produto ou servi-

13 BRASIL. Constituição Federal (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. [Brasília]. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituiçao.htm>. Acesso em: 10 abr. 2007.

14 EPSTEIN, David G; Nickles, Steve H. **Consumer law**: in a nutshell. 2. ed. Fayetteville, Arkansas, Estados Unidos da América: Printwise, 1995. p. 1.

ço (produtor/fornecedor). O vínculo entre ambas as partes subsiste para a satisfação de uma necessidade privada do consumidor. Este não tem à sua disposição o controle da produção de bens de consumo ou a prestação de serviços que lhe são postos à disposição, pelo que se submetem ao poder e condições dos fornecedores dos bens e serviços.[15]

Por seu turno, o Código de Defesa do Consumidor define consumidor no artigo 2º, caput, como "toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final".[16]

O parágrafo único do referido artigo equipara, a consumidor, a coletividade de pessoas, determináveis ou indetermináveis, que tenha participado, mesmo que indiretamente, da relação de consumo. Ou seja, aquele que se subordina por vínculo doméstico ou protetivo para uso pessoal e/ou de sua família, adquirindo ou utilizando produtos, serviços ou quaisquer outros bens ou informação colocados à sua disposição por comerciantes ou por qualquer outra pessoa natural ou jurídica, no curso de sua atividade ou conhecimento profissionais, também é considerado consumidor.[17]

Tal definição de consumidor não é muito diferente da de Loi sur la protection du consommateur de Québec que diz ser consumidor "une personne physique, sauf un commerçant qui se procure un bien ou un service pour les fins de son commerce".[18]

De modo que atenda às finalidades do artigo 2º da Lei 8.078/90, o consumidor deve adquirir tanto o produto quanto o serviço, na qualidade de destinatário final, visto que, se o produto ou o serviço for obtido ou usado como bem típico de produção, então, não há destinação final, mas intermediação. Logo, não há relação de consumo, pois esta somente incide quando da obtenção ou utilização de bens de consumo.

O outro pólo da relação de consumo, o fornecedor, tem sua defi-

15 FILOMENO, José Geraldo Brito; et al. **Código de Defesa do Consumidor**: comentado pelos autores do anteprojeto. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2004. p. 31.

16 BRASIL. Leis. **Lei 8.078/90**: Código de Defesa do Consumidor. [Brasília]. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/legislação>. Acesso em: 07 jun. 2006.

17 ALMEIDA, João Batista de. **A proteção jurídica do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 1993. p.27-28.

18 CANADÁ (QUÉBÉC). MASSOL, Geroges; DAOUST, Gilles (Orgs.). **Loi sur la protection du consommateur: texte annoté:** règlement dápplication. 5. ed. Québec-Canadá: SOQUIJ – Société québécoise d'information juridique, 1993. p. 13.

nição legal expressa nos termos do artigo 3º da referida Lei. Entende-se por fornecedor a pessoa física ou jurídica, de natureza privada ou pública, nacional ou estrangeira, inclusive entes despersonalizados, que tenham como atividade produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.[19]

O parágrafo 1º do artigo 3º, do Código de Defesa do Consumidor, define produto como qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial, enquanto que o parágrafo 2º dispõe que serviço é toda e qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, incluindo as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, com exceção daquelas oriundas das relações de caráter trabalhista. Percebe-se que a definição legal de serviço é muito ampla, abrangendo, inclusive, os serviços de natureza bancária e creditícia.

As relações de consumo, atualmente, encontram-se inseridas em diversos aspectos da vida do consumidor, dentre eles, a utilização do crédito como serviço oferecido por instituições financeiras. Quando estas oferecem produtos e/ou serviços de crédito, posiciona-se na condição de fornecedora, porquanto sua atividade econômica reflete o lucro obtido entre a taxa de captação do dinheiro e a taxa cobrada do consumidor/financiado, denominado de Spread.[20]

4.2 DIREITOS BÁSICOS DOS CONSUMIDORES BRASILEIROS

O Código de Defesa do Consumidor preconiza os direitos básicos do consumidor, exemplificativamente, dispondo, no artigo 6º, dentre outros, os direitos à educação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços com liberdade de escolha e igualdade nas contratações; informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços; a devida proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, práticas e cláusulas abusivas ou impostas quando do fornecimento de produtos e serviços;

19 Brasil. Leis. **Lei 8.078/90**: Código de Defesa do Consumidor. [Brasília]. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/legislação>. Acesso em: 07 jun. 2006.

20 EFING, Antonio Carlos. **Sistema financeiro e o código do consumidor**: análise conceitual quanto à incidência das normas do sistema de defesa do consumidor aos contratos bancários e financeiros. **Revista de direito do consumidor**, São Paulo, ano 6, v. 17, p. 77, jan./mar. 1996.

modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou revisão contratual em razão de fatos supervenientes; e a facilitação da defesa com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências.[21]

O direito à educação e à informação tem por objetivo possibilitar que as relações de consumo realizem-se de forma paritária, constituindo-se em um dos mais importantes instrumentos de defesa do consumidor. O direito dos consumidores à educação apresenta-se sob duas formas: a educação formal é aquela incluída nos currículos escolares tendo por finalidade a formação de hábitos saudáveis de consumo; por outro lado, a educação informal decorre dos programas e campanhas publicitárias através dos meios de comunicação e por iniciativa do Estado.

Dessarte, a educação do consumidor é fundamental para a sua conscientização; caso contrário, não adianta existir legislação favorável à sua defesa, se nem o próprio consumidor a utiliza em seu benefício, por desconhecê-la.

O fornecedor é obrigado a informar o consumidor sobre todos os elementos pertinentes aos produtos e serviços, a fim de que este possa exercer o direito de livre escolha. O Estado deve exigir e fiscalizar a relação de consumo, para verificar se a informação está sendo correta e efetivamente prestada pelo fornecedor.[22]

A ausência de informação efetiva sobre o conteúdo pré e pós-contratual, bem como a mera cognoscibilidade das bases contratuais, terminam por não vincular o consumidor, haja vista a falta de oportunidade de tomar conhecimento efetivo e ostensivo do conteúdo contratual, de acordo com o que preceitua o artigo 46 da Lei 8.078/90.

O direito à proteção contra publicidade enganosa e abusiva inicia-se na oferta, quando o fornecedor veicula as informações acerca dos produtos ou serviços que pretende fornecer aos consumidores. As informações prestadas devem ser claras e ostensivas, e cujo conteúdo informativo deve conter os aspectos e características dos produtos ou

21 BRASIL. Leis. **Lei 8.078/90**: Código de Defesa do Consumidor. [Brasília] Disponível em: <www.planalto.gov.br/legislação>. Acesso em: 8 jun. 2006.

22 ALMEIDA, João Batista de. **A proteção jurídica do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 1993. p. 42-44.

serviços, de modo que o fornecedor, possa cumprir o prometido. A proteção contra a publicidade enganosa e abusiva encontra-se prevista nos artigos 30 e seguintes da referida Lei.

Por outro lado, ao consumidor, lhe é assegurado o direito de requerer a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou revisão de cláusulas, tendo em vista fatos supervenientes que as tornem extremamente onerosas. No caso de prestações desproporcionais, o consumidor pode requerer que haja intervenção do judiciário para restabelecer o equilíbrio contratual. Segundo Vidal Serrano Nunes Júnior "o código contemplou a figura da lesão, que [...] não acarreta a rescisão do contrato, mas tão-somente a modificação das cláusulas abusivas".[23]

Em se tratando de revisão, há dois pressupostos que devem ser analisados: excessiva onerosidade e fato superveniente. Diferentemente das duas primeiras hipóteses, em que aquelas situações poderiam ser identificadas como já existentes quando da aderência ao contrato, a terceira e última hipótese ocorre após o momento em que se aderiu ao contrato, pelo que se, compromete o adimplemento contratual em face da situação inesperada pelo consumidor.

Outro direito assegurado ao consumidor é a facilitação de sua defesa no processo civil, através da inversão do ônus da prova a seu favor, o que ocorrerá caso seja verossímil sua alegação, ou caso seja considerada hipossuficiente. No primeiro momento, o juiz analisará se a afirmação do consumidor é cabível, isto é, aparentemente verdadeira, com base na sua própria experiência de magistrado. Em não havendo a verossimilhança, o juiz, então, verificará se o consumidor é hipossuficiente, para então decidir-se a favor da inversão do ônus da prova.

Cumpre esclarecer que hipossuficiência não é sinônimo de vulnerabilidade. Para a legislação consumerista, todos os consumidores são vulneráveis, porque se encontram em situação de desvantagem diante do fornecedor, uma vez que este se apresenta, contratual e economicamente, superior, podendo vir a impor, unilateralmente, as condições em que pretende fornecer os produtos ou serviços.

23 NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano; SERRANO, Yolanda Alves Pinto. **Código de Defesa do Consumidor interpretado**. São Paulo: Saraiva, 2003. p. 38.

Por outro lado, a hipossuficiência não é qualidade inerente a todos os consumidores, pois somente se encontra nesta situação o consumidor que tem dificuldades em provar o fato que alega em juízo, por faltar-lhe conhecimentos dos aspectos intrínsecos dos produtos e serviços, e porque não detém meios econômicos de providenciar eventuais perícias ou a produção de outros tipos de provas. A solução encontrada, pelo legislador, para proteger o consumidor, foi facilitar-lhe a defesa com a inversão do ônus da prova, cabendo ao fornecedor provar que o alegado pelo consumidor é desprovido de qualquer razão ou fundamento. É, portanto, uma peculiaridade do Direito do Consumidor que difere do Direito Processual Civil, de vez que, neste, a teoria do ônus da prova determina que cabe a quem alega o fato prová-lo.

Evidentemente, a determinação do juiz, de inverter o ônus da prova a favor do consumidor, é obrigatória diante da existência dos requisitos da verossimilhança da alegação ou hipossuficiência do consumidor, inexistindo faculdade em aplicar a imposição expressa do artigo 6º, inciso VIII da Lei 8.078/90.

5 CONFRONTO ENTRE O CÓDIGO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E AS LEGISLAÇÕES CONSUMERISTAS DOS PAÍSES INTEGRANTES DO MERCOSUL

A harmonização das normas de Direito do Consumidor dos países integrantes do Mercosul tem por objetivo principal igualar a competição no âmbito do mercado comum, estabelecendo regras homogêneas. O Regulamento Comum de Defesa do Consumidor é de suma importância, uma vez que as defesas da competição e da igualdade para a livre concorrência sustentam a existência do Mercosul.[24]

5.1 COMPARAÇÃO ENTRE AS LEIS DE DEFESA DO CONSUMIDOR URUGUAIA E BRASILEIRA

No Uruguai, a Lei 17.250 – Lei de Defesa do Consumidor e de Regulação das Relações de Consumo, foi promulgada, em 17 de agosto

24 BATISTI, Leonir. **Direito do consumidor para o Mercosul.** Curitiba: Juruá, 1999. p. 417.

de 2000. No artigo 2º, a lei define consumidor como a pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produtos ou serviços na qualidade de destinatária final, no âmbito de uma relação de consumo ou em função dela. Para os fins da lei, não é consumidor o usuário que, sem constituir-se em destinatário final, adquire, armazena, utiliza ou consome produtos ou serviços com o fim de incrementá-los em processos de produção, transformação ou comercialização.[25]

Tal definição concentra, num único dispositivo, tanto o consumidor direto quanto o indireto, pois afirma que consumidor também é aquele que se encontra em função de uma relação de consumo e, neste sentido, exemplificando, pode-se dizer do indivíduo que recebe um perfume de presente, que se torna consumidor indireto, vez que se encontra, indiretamente, inserido em uma relação de consumo.

Inclusive, diferentemente do Código brasileiro de Defesa do Consumidor, a lei uruguaia define o que são relações de consumo, conceito este que, na lei consumerista brasileira, não está expresso, subentendendo-se que seja a relação jurídica havida entre consumidor e fornecedor, e cujo objeto seja o fornecimento de produto ou serviço. Segundo a lei uruguaia, relação de consumo é o vínculo estabelecido entre fornecedor e consumidor. Neste caso, o fornecimento de produtos e serviços é a título oneroso. No entanto, o fornecimento de produtos e a prestação de serviços a título gratuito, quando se realiza em função de uma eventual relação de consumo, se equipara às relações de consumo propriamente ditas.[26]

Tal definição reforça a de consumidor, visto que, na segunda parte do supracitado artigo, verifica-se que há relação de consumo mesmo quando ocorre fornecimento de produtos e de serviços gratuitamente em face de eventual relação de consumo. Essa proteção ao consumidor indireto também ocorre no Brasil, pois o Código Brasileiro de Defesa do Consumidor determina que se equiparam aos consumidores todas as vítimas do evento, bem como são equiparadas aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas, respectivamente artigos 17 e

25 URUGUAI. **Lei 17.250/2000**: Ley de defensa del consumidor. [Uruguai]. Disponível em: <http://www.elderechodigital.com.uy/smu/legisla/ley17250.html>. Acesso em: 05 jun. 2006.

26 URUGUAI. **Lei 17.250/2000**: Ley de defensa del consumidor. [Uruguai] Disponível em: <http://www.elderechodigital.com.uy/smu/legisla/ley17250.html>. Acesso em: 05 jun. 2006.

29 do Código do Consumidor.[27]

O conceito de fornecedor, na lei uruguaia, é praticamente o mesmo do da lei brasileira. Quanto aos produtos e serviços, a legislação consumerista do Uruguai estabelece, em seu artigo 5º, que, "produto é qualquer bem corporal ou incorporal, móvel ou imóvel. Serviço é qualquer atividade remunerada, fornecida no mercado de consumo, com exceção das que resultam das relações trabalhistas."[28] Neste aspecto, a lei brasileira é mais explícita, posto que incluiu, na definição de serviços, os de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, conforme o parágrafo 2º, do artigo 3º da citada lei.

No que se refere aos direitos básicos do consumidor, a lei uruguaia, no seu artigo 6º, estatui proteção da vida, da saúde e a segurança contra os riscos causados no fornecimento de produtos e serviços perigosos ou nocivos; educação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, liberdade de escolha e tratamento igualitário; informação suficiente, clara, verdadeira, no idioma espanhol, sem prejuízo de que possa ser dada em outros idiomas; proteção contra publicidade enganosa e cláusulas abusivas nos contratos de adesão; associação em organizações cujo objeto específico seja a defesa do consumidor; efetiva prevenção e ressarcimento dos danos patrimoniais e extra-patrimoniais; e, acesso a órgãos judiciais e administrativos.

A legislação brasileira de proteção ao consumidor dispõe, em seu bojo, sobre os mesmos direitos previstos na lei uruguaia; no entanto, é mais completa e inovadora, dado que determina sejam modificadas as cláusulas contratuais que estatuam prestações desproporcionais ou revistas caso ocorram fatos supervenientes que as tornem extremamente onerosas. Por outro lado, a lei brasileira também determina a facilitação da defesa dos direitos do consumidor, invertendo o ônus da prova, a seu favor, se for ele hipossuficiente ou for verossímil a alegação, de acordo com o artigo 6º, incisos V e VIII[29].

27 BRASIL. **Leis.** Lei 8.078/90: Código de Defesa do Consumidor. [Brasília]. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/legislação>. Acesso em: 07 jun. 2006.

28 URUGUAI. **Lei 17.250/2000**: Ley de defensa del consumidor. [Uruguai]. Disponível em: <http://www.elderechodigital.com.uy/smu/legisla/ley17250.html>. Acesso em: 05 jun. 2006.

29 BRASIL. Leis. **Lei 8.078/90**: Código de Defesa do Consumidor. [Brasília]. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/legislação>. Acesso em: 07 jun. 2006.

5.2 COMPARAÇÃO ENTRE AS LEIS DE DEFESA DO CONSUMIDOR ARGENTINA E BRASILEIRA

A defesa do consumidor argentino tem por base a Lei 24.240, de 1993, modificada pela Lei 24.999, de 1° de julho de 1998, definindo como consumidor ou usuário as pessoas físicas ou jurídicas que contratam a título oneroso para seu consumo final ou em benefício próprio ou de seu grupo familiar ou social.

Ainda, tratando de consumidor, o artigo 2º, na terceira parte, esclarece que "não terão caráter de consumidores ou usuários quem adquire, armazena, utiliza ou consome bens ou serviços para integrá-los em processos de produção, transformação, comercialização ou prestação a terceiros."[30]

Essa definição não apresenta a mesma clareza que as definições das leis uruguaia e brasileira, quanto ao consumidor indireto; as referidas leis preconizam, de forma expressa ou através de equiparação, que o consumidor também é aquele se encontra em função de uma relação de consumo, conforme visto no item anterior.

Em se tratando dos fornecedores, a lei argentina, em seu artigo 2º, determina que todas as pessoas físicas ou jurídicas, públicas ou privadas, em caráter profissional, mesmo que ocasionalmente, produzam, importem, distribuam ou comercializem coisas ou prestem serviços aos consumidores ou usuários, estão sob as suas regras, excluindo-se os contratos feitos, entre consumidores, cujo objeto sejam coisas usadas. Também não se encontram sob as normas da lei de defesa do consumidor argentina os serviços de profissionais liberais com título.

Referida determinação, na primeira parte é, com outras palavras, praticamente a mesma do Código Brasileiro de Defesa do Consumidor.

Um detalhe importante é que, na legislação argentina de proteção ao consumidor, não há do que vêm a ser produtos ou serviços, como ocorre nas leis brasileira e uruguaia. Por outro lado, a lei argentina exclui, do âmbito de aplicação da referida lei, os contratos que tenham como objeto coisas usadas, distinção que não se faz na legislação consumerista brasileira e uruguaia. Sobre o assunto afirmam Roberto A.

30 ARGENTINA. **Lei 24.999/98**. [Argentina]. Disponível em: <www.sucosto.com.ar/lei24999.html>. Acesso em: 05 jun. 2006.

Vázquez Ferreyra e Oscar E. Romera que "así, excluye expresamente los contratos realizados entre consumidores cuyo objeto sean cosas usadas. [...] Creemos que em tales casos, aunque se trate de cosas nuevas, la exclusión también es posible"[31]

Ademais, a lei de defesa do consumidor argentina também exclui os serviços de profissionais liberais com título universitário e matrícula outorgada por colégios profissionais reconhecidos. Tal exclusão inexiste no Código Brasileiro de Defesa do Consumidor, que em seu artigo 14, parágrafo 4º, determina que "a responsabilidade dos profissionais liberais será apurada mediante verificação de culpa"[32], incluindo, destarte, todo tipo de profissional liberal.

Doutra banda, a lei argentina não disciplina os direitos básicos dos consumidores, em capítulo próprio, como fez o legislador brasileiro. São direitos básicos dos consumidores argentinos o direito de informação verdadeira, detalhada, eficaz e suficiente sobre os produtos e serviços, direito à proteção ao consumidor para que o fornecimento de produtos e serviços dê-se em condições seguras e salutares, e direito à saúde respectivamente, artigos 4º, 5º e 6º da Lei 24.999/98.

Verifica-se que a lei argentina não dispõe sobre a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações, da modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais, ou de revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas, nem sobre a facilitação da defesa dos direitos do consumidor, com a inversão do ônus da prova, a seu favor, se for verossímil a alegação, ou quando for ele hipossuficiente[33], direitos estes previstos na lei brasileira de proteção ao consumidor.

5.3 COMPARAÇÃO ENTRE AS LEIS DE DEFESA DO CONSUMIDOR PARAGUAIA E BRASILEIRA

Por fim, o Paraguai promulgou a Lei 1334, de 1998, denominada de

31 VÁZQUEZ FERREYRA, Roberto A.; ROMERA, Oscar Eduardo. **Protección y defensa del consumidor**. Buenos Aires: Depalma, 1994. p.14.

32 BRASIL. Leis. **Lei 8.078/90**: Código de Defesa do Consumidor. [Brasília]. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/legislação>. Acesso em: 07 jun. 2006.

33 BRASIL. Leis. **Lei 8.078/90**: Código de Defesa do Consumidor. [Brasília]. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/legislação>. Acesso em: 07 jun. 2006.

Lei de defesa do consumidor e do usuário. No artigo 1º da lei paraguaia, estão estabelecidos os seus objetivos, dentre eles a proteção dos interesses econômicos dos consumidores, o que também faz parte da Política Nacional de Relações de Consumo da lei brasileira de defesa do consumidor.

O artigo 4º, letra 'a' da lei define consumidor como "toda pessoa física ou jurídica, nacional ou estrangeira que adquire, utiliza ou desfrute como destinatário final de bens ou serviços de qualquer natureza".[34]

Tal definição se assemelha à da lei argentina, visto que não se refere ao consumidor indireto, não inserindo nas relações de consumo a aquisição de bens de consumo, a título gratuito. A definição de fornecedor é praticamente a mesma das demais leis de defesa do consumidor já apontadas, e determina que o fornecimento de produtos e serviços seja cobrado por um preço ou tarifa, conforme o artigo 4°, letra 'b', da lei mencionada paraguaia.

Diferentemente do Código Brasileiro de Defesa do Consumidor, mas igualmente à lei do Uruguai, a lei de proteção ao consumidor paraguaia define, no artigo 5°, o que é relação de consumo. Todavia, a novidade consiste na definição de consumo sustentável, no artigo 4°, 'g': "es todo acto de consumo, destinado a satisfacer necesidades humanas, realizado sin socavar, dañar o afectar significativamente la calidad del medio ambiente y su capacidad para dar satisfacción a las necesidades de las generaciones".[35]

Como no Código Brasileiro de Defesa do Consumidor, a lei paraguaia, no artigo 4º, letra 'd', também define como serviços qualquer atividade onerosa fornecida no mercado, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito ou de seguro.

No que se refere aos direitos básicos do consumidor, a lei paraguaia, no artigo 6º, praticamente relaciona os direitos já existentes nas demais legislações consumeristas apontadas. No entanto, como ocorre nas leis argentina e uruguaia, a lei de proteção ao consumidor do Paraguai nada aborda sobre a modificação de cláusulas contratuais que

34 PARAGUAI. **Lei 1334/98**: Ley de defensa del consumidor y del usuario. [Paraguai]. Disponível em: <http://www.paraguayglobal.com/ley133407.php>. Acesso em: 08 jun. 2006.

35 PARAGUAI. **Lei 1334/98**: Ley de defensa del consumidor y del usuario. [Paraguai]. Disponível em: <http://www.paraguayglobal.com/ley133407.php>. Acesso em: 08 jun. 2006.

estabeleçam prestações desproporcionais ou revisão das mesmas, caso ocorram fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas, bem como a facilitação da defesa dos direitos do consumidor, com inversão do ônus da prova a seu favor, se for ele hipossuficiente ou se for verossímil a alegação, de acordo com o artigo 6º, incisos V e VIII da Lei 8.078/90.[36]

6 CONCLUSÃO

Percebe-se que o processo de integração econômica, na América Latina, visa a incrementar as estratégias de competitividade no mercado global. Sabendo disso, a Constituição Federal de 1988 dispõe sobre a integração do continente latino-americano, a fim de legitimar as ações de regionalização da economia em blocos econômicos, o que culmina no surgimento do Mercado Comum do Sul – Mercosul.

O Mercosul, entre outros mercados, abarca o mercado de consumo que, no entanto, não foi considerado como um dos objetivos da integração de acordo com o Tratado de Assunção assinado, em 1991, por Brasil, Argentina, Paraguai e Uruguai.

Sem que haja um Regulamento Comum de Defesa do Consumidor, os membros do Mercosul trataram de elaborar suas próprias normas de proteção do consumidor. Para que o Mercosul possa desenvolver seu mercado consumidor, é necessário que os países integrantes do bloco harmonizem suas legislações consumeristas, a fim de atender a todos os interessados, igualitariamente.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, João Batista de. **A proteção jurídica do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 1993.

ARGENTINA. **Lei 24.999/98**. Disponível em: <http://www.sucosto.com.ar/lei24999.html>. Acesso em: 05 jun. 2006.

36 BRASIL. Leis. **Lei 8.078/90**: Código de Defesa do Consumidor. [Brasília]. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/legislação>. Acesso em: 07 jun. 2006.

BATISTI, Leonir. **Direito do consumidor para o Mercosul**. Curitiba: Juruá, 1999.

BAUMANN, Renato. **Uma visão econômica da globalização**. In: O Brasil e a economia global. Rio de Janeiro: Campus: Sobeet, p. 33-51, 1996.

BRASIL. Leis. **Lei 8.078/90**: Código de Defesa do Consumidor. [Brasília]. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/legislação>. Acesso em: 7 jun. 2006.

_____. **Constituição (1988)**. Constituição da República Federativa do Brasil. [Brasília]. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituiçao.htm>. Acesso em: 10 abr. 2007.

CANADÁ (QUÉBÉC). **Loi sur la protection du consommateur:** texte annoté: règlement dápplication. 5.ed. MASSOL, Geroges; DAOUST, Gilles (Orgs.). Québec, Canadá: SOQUIJ – Société québécoise d'information juridique, 1993.

COMISSÃO ECONÔMICA PARA AMÉRICA LATINA E CARIBE – CEPAL. **Notícias e atividades**: Palabras del Secretario Ejecutivo de la CEPAL, em 22 de agosto de 2001. [S.l.]. Disponível em: <http://www.eclac.cl/cgi-bin/getProd.asp?xml=/prensa/noticias/noticias/5/7595/P7595.xml&xsl=/prensa/tpl/p1f.xsl&base=/prensa/tpl/top-bottom.xslt>. Acesso em: 10 abr. 2007.

CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFSA ECONÔMICA – CADE. **Tratado para a constituição de um mercado comum entre a República Argentina, a Republica Federativa do Brasil, a República do Paraguai e a República Oriental do Uruguai**. [Brasília]. Disponível em: <http://www.cade.gov.br/internacional/Tratado_de_Assuncao.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2007.

COUTINHO, Luciano G. A fragilidade do Brasil em face da globalização. In: **O Brasil e a economia global**. Rio de Janeiro: Campus: Sobeet, 1996.

EFING, Antonio Carlos. Sistema financeiro e o código do consumidor: análise conceitual quanto à incidência das normas do sistema de defesa do consumidor aos contratos bancários e financeiros. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, ano 6, n. 17, p. 65-84, jan./mar. 1996.

EPSTEIN, David G; NICKLES, Steve H. **Consumer law:** in a nutshell. 2. ed. Fayetteville, Arkansas, Estados Unidos da América: Printwise, 1995.

FILOMENO, José Geraldo Brito et al. **Código de Defesa do Consumidor:** comentado pelos autores do anteprojeto. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2004.

GONÇALVES, Reinaldo; et al. **A nova economia internacional**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

MERCOSUR. Portal Oficial. [S.l]. Disponível em: <http://www.mercosur.int/msweb/portal%20intermediario/pt/index.htm>. Acesso em: 10 abr. 2007.

NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano; SERRANO, Yolanda Alves Pinto. **Código de Defesa do Consumidor interpretado**. São Paulo: Saraiva, 2003.

PARAGUAI. Lei 1334/98: **Ley de defensa del consumidor y del usuario**. [Paraguai]. Disponível em: <http://www.paraguayglobal.com/ley133407.php>. Acesso em: 08 jun. 2006.

RUBIN, Luciane da Silva; MARION FILHO, Pascoal José. A economia latino-americana e a "globalização". **Revista de integração latino-americana,** Santa Maria, n. 3, p. 105-127, 2005.

Sistema De Informação Sobre Comércio Exterior – Sice. **Protocolo Adicional ao Tratado de Assunção sobre a Estrutura Institucional do Mercosul** – Protocolo de Ouro Preto. [S.l.]. Disponível em: <http://www.sice.org/trade/mrcsrp/ourop/ourop_p.asp>. Acesso em: 10 abr. 2007.

URUGUAI. Lei 17.250/2000: **Ley de defensa del consumidor**. [Uruguai]. Disponível em: <http://www.elderechodigital.com.uy/smu/legisla/ley17250.html>. Acesso em: 05 jun. 2006.

VÁZQUEZ FERREYRA, Roberto A.; ROMERA, Oscar Eduardo. **Protección y defensa del consumidor**. Buenos Aires: Depalma, 1994.

VASCONCELOS, Fernando Antônio de. Perspectivas do direito do consumidor no Mercosul. **Verba Juris**: Anuário da Pós-Graduação em Direito, João Pessoa, ano 1, n. 1, p. 80-119, jan./dez. 2002.