



FACULDADES MAGSUL

CLAUDIR CRISTALDO COENE

**PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR NAS
RELAÇÕES DE CONSUMO INTERNACIONAIS**

Ponta Porã - MS

2023

CLAUDIR CRISTALDO COENE

**PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR NAS
RELAÇÕES DE CONSUMO INTERNACIONAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso –
TCC apresentado à Banca
Examinadora da Faculdade Magsul
– FAMAG, como exigência parcial
para obtenção do título de Bacharel
em Direito.

Orientador: Prof. Me. Elvis de
Assis Amaral

Ponta Porã - MS

2023

CLAUDIR CRISTALDO COENE

PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR NAS RELAÇÕES DE CONSUMO INTERNACIONAIS

Trabalho de Conclusão de Curso –
TCC apresentado à Banca
Examinadora da Faculdade Magsul
– FAMAG, como exigência parcial
para obtenção do título de Bacharel
em Direito.

Orientador: Prof. Me. Elvis de
Assis Amaral

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. Me. Elvis de
Assis Amaral

Prof.

Ponta Porã/MS, 29 de maio de
2023.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, que sempre esteve presente, me dando forças, mesmo quando deixei de acreditar em mim. Dedico também aos meus pais, que graças a seus esforços posso concluir hoje a tão sonhada graduação.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu orientador, professor Elvis de Assis Amaral, por quem sempre tive profunda admiração, desde o início deste curso; Aos meus pais, Saturnina e Emiliano, que lutaram por anos, passando dificuldades, muitas vezes deixando de investir em si, para investir na minha graduação; a minha irmã, Claudia, que sempre me estimulou a estudar, além de todo investimento pessoal que fez cuidando de mim e me educado, desde que nasci; de igual modo, ao meu irmão, Claudionor, que sempre foi companheiro, sempre me ajudou nos momentos em que mais precisei e sempre acreditou em mim; aos meus colegas e amigos de curso, no qual cultivei uma linda amizade por todos estes anos, sempre ajudando um ao outro, não deixando os demais desistir, e que espero encontrar nesta caminhada que está por vir. Por fim, agradeço à minha melhor amiga e namorada, Bruna, que sempre esteve presente, me apoiando e ajudando, cuidando de mim quando foi preciso, e acreditando no meu potencial, tornando esta caminhada mais fácil e prazerosa.

“A injustiça em qualquer lugar é uma ameaça à justiça por toda parte”
- Martin Luther King

COENE, Claudir Cristaldo. **Proteção ao consumidor nas relações de consumo internacionais**. 81 folhas. Trabalho de Conclusão (Graduação em Direito) – Faculdades Magsul – FAMAG, Ponta Porã/MS, 2023.

RESUMO

Este trabalho busca investigar como é realizada a proteção ao consumidor nas relações de consumo internacionais, inicialmente se dará destaque às compras físicas no país vizinho Paraguai e nos demais países do Mercosul, e posteriormente em compras realizadas pela internet, principalmente na China. Além disso, o estudo compara a proteção oferecida nesses países, além de fazer um comparativo com os principais países do cenário internacional, Estados Unidos e na União Europeia. A pesquisa bibliográfica foi o principal método utilizado, utilizando livros sobre o tema, outros trabalhos acadêmicos, além de pesquisa de leis e jurisprudência. O método utilizado foi o hipotético-dedutivo, com enfoque monográfico e pesquisa bibliográfica. Neste estudo será destacado as principais constatações sobre a proteção ao consumidor nas relações de consumo internacionais, e possíveis recomendações para aprimorar a proteção dos consumidores nesse contexto, de forma que será exposto as normas e medidas, assim como as lacunas no direito internacional, em relação à proteção aos consumidores, em compras extra fronteiriças. Com a pesquisa foi possível analisar a aplicação das leis de defesa do consumidor em relação às compras internacionais feitas por sites e aplicativos, a luz das leis e tratados internacionais, bem como a possibilidade de adquirir a tutela jurisdicional em caso de dano, sendo possível concluir que, muito embora os países e organizações internacionais vem buscando uma maior proteção ao consumidor, cada vez mais globalizado, ainda existe um grande caminho a percorrer em busca de um direito uno, capaz de promover segurança jurídica aos interessados. Com base nessas estruturas, o presente trabalho visa contribuir para a compreensão da proteção ao consumidor em relações de consumo internacionais, oferecendo uma visão comparativa entre países e apontando possíveis lacunas ou melhorias necessárias para fortalecer essa proteção.

Palavras-chaves: direito internacional; código de defesa do consumidor; compras online; consumo transfronteiriço;

COENE, Claudir Cristaldo. **Consumer protection in international consumer relations**. 81 sheets. Completion Work (Graduation in Law) – Faculdades Magsul – FAMAG, Ponta Porã/MS, 2023.

ABSTRACT

This work seeks to investigate how consumer protection is carried out in international consumer relations, initially physical purchases in the neighboring country of Paraguay and in other Mercosur countries will be highlighted, and later on purchases made over the internet, mainly in China. In addition, the study compares the protection offered in these countries, in addition to making a comparison with the main countries on the international scene, the United States and the European Union. Bibliographical research was the main method used, using books on the subject, other academic works, as well as research on laws and jurisprudence. The method used was hypothetical-deductive, with a monographic approach and bibliographical research. In this study, the main findings on consumer protection in international consumer relations will be highlighted, and possible recommendations to improve consumer protection in this context, so that the norms and measures will be exposed, as well as the gaps in international law, in relation to consumer protection in cross-border purchases. With the research it was possible to analyze the application of consumer protection laws in relation to international purchases made by websites and applications, in the light of international laws and treaties, as well as the possibility of acquiring judicial protection in case of damage, being possible to conclude that, even though countries and international organizations have been seeking greater protection for consumers, who are increasingly globalized, there is still a long way to go in search of a unified right, capable of promoting legal certainty for interested parties. Based on these structures, the present work aims to contribute to the understanding of consumer protection in international consumer relations, offering a comparative view between countries and pointing out possible gaps or necessary improvements to strengthen this protection.

Keywords: international law; consumer protection code; online shopping; cross-border consumption;

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1 HISTÓRICO DA DEFESA DO CONSUMIDOR NO BRASIL E O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR - CDC	12
1.1 Fontes do Direito ao Consumidor	14
1.2 Relação de consumo.....	15
1.2.1 Fornecedor	16
1.2.2 Consumidor.....	17
1.2.3 Produto/ e ou serviço	20
1.3 Conceito de vulnerabilidade do consumidor.....	22
2 REGRAS DE DIREITO INTERNACIONAL PRIVADO	25
2.1 Conceitos de conflitos de normas no espaço.....	25
2.1.1 Princípios do Direito Internacional Privado	25
2.2 Consumo Internacional e o E-Commerce	29
2.3 Consumidor e o litígio no estrangeiro.....	30
2.3.1 Exemplo prático da relação de consumo existente quando um consumidor compra diretamente na loja física em outro país e um consumidor que compra via internet.	35
2.3.2 Da resolução dos conflitos.....	41
2.3.3 Da Competência Para Julgamento	42
2.5 Projeto de lei 281 de 2012.....	48
3 NORMAS SUPRA LEGAIS DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR, INSCULPIDAS EM DOCUMENTOS INTERNACIONAIS	53
3.1 Proteção do consumidor em alguns países da América Latina.....	54
3.1.1 Paraguai	55
3.1.2 Argentina	57
3.1.3 Uruguai	59
3.1.4 Unificação ou Harmonização da Legislação no MERCOSUL.....	61

3.2 Estados Unidos da América	63
3.3 China	65
3.4 União Europeia	67
CONSIDERAÇÕES FINAIS	72
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	75

INTRODUÇÃO

A proteção ao consumidor é um tema de grande relevância, uma vez que as relações de consumo estão cada vez mais globalizadas e permeiam fronteiras nacionais. Com o avanço da tecnologia e o aumento do comércio eletrônico, tornou-se mais comum a realização de compras internacionais, que apresentam desafios específicos para a garantia dos direitos dos consumidores.

Por residir em uma localidade privilegiada, Ponta Porã/MS, onde é possível realizar compras em um país vizinho, inclusive, por ser considerada uma das maiores rotas de comércio, devido a existência de diversas lojas atrativas, como o Shopping China, do lado paraguaio, brasileiros de diversas partes do Brasil, visitam constantemente o país vizinho para realizarem compras de uma infinidade de produtos, como eletrônicos, bebidas, perfumes, vestuários etc. Tudo isso, aliado ao fato, das Faculdades Magsul, oferecer o curso de Direito, e estar localizada próxima a região de fronteira com outro país, gerou interesse e abordar o tema Direito ao Consumidor no Âmbito Internacional, por existirem diversas situações de conflito que necessitem de solução, pela sua relevância prática que o tema necessita.

Por outro lado, as compras online se tornaram cada vez mais comuns na atualidade e, com o advento da internet, surgiram diversas lojas com atendimento virtual, que oferecem a vantagem de preços mais acessíveis uma vez que, independem de um espaço físico para atendimento aos clientes, eliminando assim, muitos custos de operação, podendo inclusive reduzir a alta carga tributária do nosso país. Diante disso faz-se necessário realizar um estudo desse fenômeno mundial que afeta todos os países envolvidos, principalmente quando o assunto é Direito do Consumidor.

Neste contexto, abriu-se a possibilidade da comercialização de produtos importados pelas lojas brasileiras, sem a necessidade de os vendedores serem grandes varejistas, ou representantes das marcas. Sites e aplicativos como o Mercado Livre, dentre outros, possibilitaram o surgimento de comerciantes especializados na venda de produtos importados por um preço mais acessível. Neste tocante, não há tantas dificuldades jurídicas em relação a esses vendedores, uma vez que o Código de Defesa do Consumidor aplica-se igualmente a qualquer vendedor, em uma relação de consumo no mercado nacional, não obstante ser apenas loja virtual.

Porém, além de lojas nacionais, surgiram sites e aplicativos que nos permitem a compra direto do exterior, sem a necessidade de um intermediário nacional. Desta forma, ampliando as possibilidades, com preços ainda menores, e sem existir o longo tempo de espera

do frete, com produtos que chegam no Brasil em até uma semana. Entretanto, surgiram também novos conflitos, uma vez que se envolve dois ou mais ordenamentos jurídicos nesta relação, desta forma, é de fundamental importância o desenvolvimento e aplicação de normas protecionistas do consumidor, que é o elo mais fraco na cadeia econômica, num processo que envolve não somente o governo brasileiro, mas o governo de todos os países interessados, para o desenvolvimento de uma relação de cooperação entre os entes soberanos, buscando proteger a pessoa.

A proteção ao consumidor é um direito fundamental explícito na Carta Magna de 1988 do Brasil, em diversos dispositivos. O artigo 5º inciso XXXII enfatiza que o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor. Além disso o artigo 170 inciso V dispõe que a ordem econômica será fundada na valorização do trabalho humano, na livre iniciativa, e tem por fim assegurar a todos, existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados alguns princípios, dentre eles a defesa do consumidor.

Para dar efetividade ao mandamento constitucional em 1990, entrou em vigor o Código de Defesa do Consumidor-CDC, lei própria que regulamenta toda e qualquer relação de consumo no território brasileiro.

Diante da globalização e com o advento da internet, é imperioso voltar os olhos para a proteção do consumidor uma vez que é cada vez mais comum o consumidor final ter acesso a fornecedores estrangeiros, por sites e aplicativos, que oferecem uma infinidade de produtos. Com tantas ofertas e negociações realizadas via internet, não é incomum se deparar com todo tipo de lesão, tal como as propagandas enganosas, atrasos ou a não entrega de produto, produtos defeituosos e sem garantia, além de sites falsificados, entre tantas outras lesões possíveis que o consumidor pode se deparar.

Diante disso, esse trabalho tem por objetivo analisar a proteção ao consumidor no âmbito internacional, uma vez que com a crescente globalização, é cada vez mais imperiosa uma proteção eficaz para promover meios de soluções de conflitos advindos dessa relação. É preciso analisar a aplicação das leis brasileiras de defesa do consumidor em relação às compras internacionais feitas por meio de sites e aplicativos, a luz das leis e tratados internacionais, bem como a possibilidade de adquirir a tutela jurisdicional em caso de dano.

O Capítulo 1 abordará o histórico da defesa do consumidor no Brasil, destacando o Código de Defesa do Consumidor, suas fontes e conceitos fundamentais, como relação de consumo, fornecedor, consumidor e produto ou serviço, bem como a vulnerabilidade do consumidor.

O Capítulo 2 tratará das regras do Direito Internacional Privado, explorando o conflito de normas no espaço, os princípios que regem essa área do direito, o consumo internacional e o comércio eletrônico. Será apresentado um exemplo prático de relação de consumo em diferentes países, comparando preços e formas de resolução de conflitos. Também serão abordadas questões relacionadas à competência para o julgamento dessas disputas, além de discutir o Projeto de Lei 281/2012.

No Capítulo 3, serão apresentadas normas supralegais de proteção ao consumidor inscritas em documentos internacionais. Serão analisadas as proteções oferecidas aos consumidores em alguns países da América Latina, nos Estados Unidos, China e União Europeia.

Nas Considerações Finais serão apresentadas as conclusões do estudo, destacando as principais constatações sobre a proteção ao consumidor nas relações de consumo internacionais, e possíveis recomendações para aprimorar a proteção dos consumidores nesse contexto.

1 HISTÓRICO DA DEFESA DO CONSUMIDOR NO BRASIL E O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR - CDC

A palavra "direito" tem sua origem no latim "*directus*", que significa reto, justo, correto, de acordo com a lei. Essa raiz etimológica indica a ideia de um conjunto de normas e regras que orientam o comportamento humano de forma justa e equilibrada.

Para Miguel Reale, em sua obra "Lições Preliminares de Direito" (2019), afirma que "a palavra 'direito' é oriunda do latim *directus*, que, por sua vez, se deriva do verbo *dirigere*, que significa endireitar, colocar na direção certa, guiar, orientar, regular"¹.

Já Michel Villey, em sua obra "Filosofia do Direito" (2005), destaca que "a palavra 'direito' tem sua origem na raiz latina *directus*, que significa 'o que está em linha reta', e que, por extensão, passou a significar 'o que é correto', 'o que é justo', 'o que é conforme à lei'"². Villey também ressalta que a palavra "direito" é polissêmica e pode ter diferentes significados, dependendo do contexto em que é utilizada.

A palavra direito abrange diversos campos do conhecimento, tais como a filosofia, política, direito e sociologia. De maneira geral, refere-se a um conjunto de normas e regras que buscam orientar o comportamento humano de forma justa e equilibrada, com o intuito de promover a convivência pacífica e harmoniosa entre os indivíduos e grupos sociais.

Segundo Norberto Bobbio, em sua obra "Teoria Geral do Direito" (2007), o direito é "uma criação humana que tem como finalidade proteger valores fundamentais da sociedade, como a liberdade, a justiça e a segurança."³ Bobbio afirma que, para que o direito seja efetivo, é preciso que ele seja reconhecido e respeitado por todos os membros da comunidade, o que implica um processo contínuo de legitimação e consolidação das normas jurídicas."

Em "Teoria Pura do Direito" (2012), Hans Kelsen conceitua o direito como um sistema normativo que se aplica de forma objetiva e imparcial, independentemente de questões políticas, econômicas ou culturais. Kelsen enfatiza que o direito não se limita a descrever a realidade social, mas é uma construção normativa que busca regular a conduta humana segundo critérios de justiça e equidade.⁴

No Brasil, a Constituição Federal de 1988, explicita a proteção ao consumidor como um direito fundamental. O artigo 5º inciso XXXII enfatiza que "o Estado promoverá, na forma

1 Reale, Miguel. Lições preliminares de direito. p. 15-16. São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

2 Villey, Michel. Filosofia do Direito. Trad. de José Cremonese e outros. p. 11-12. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

3 (BOBBIO, Norberto. Teoria Geral do Direito. São Paulo: Martins Fontes, 2007, p. 10-11).

4 (KELSEN, Hans. Teoria Pura do Direito. São Paulo: Martins Fontes)

da lei, a defesa do consumidor”⁵. Além disso o artigo 170 inciso V dispõe que a ordem econômica será fundada na valorização do trabalho humano, na livre iniciativa, e tem por fim assegurar a todos, existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados alguns princípios, dentre eles a defesa do consumidor⁶.

Para dar efetividade ao mandamento constitucional em 1990 entrou em vigor o Código de Defesa do Consumidor-CDC, lei própria que regulamenta toda e qualquer relação de consumo.

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) é uma legislação que tem como objetivo proteger os direitos dos consumidores brasileiros, De acordo com Pimentel (2013, p. 32), "o CDC é resultado de uma longa história de lutas e movimentos sociais que buscavam garantir uma relação mais justa entre fornecedores de produtos e serviços e os consumidores"⁷.

Conforme o autor, a primeira iniciativa para a criação de um código que protegesse os direitos do consumidor foi o Projeto de Lei 1.179, de 1975, apresentado pelo deputado federal Mário Andreazza, contudo, o projeto não obteve aprovação.

Foi somente em 1985, com a criação da Associação Brasileira de Defesa do Consumidor (Pro Teste), que se iniciou uma pressão para que o Congresso Nacional elaborasse uma lei específica para a defesa do consumidor. Ainda nesse ano, ocorreu o I Encontro Nacional das Entidades de Defesa do Consumidor, que resultou na elaboração do Anteprojeto de Lei do Código de Defesa do Consumidor.

O anteprojeto foi apresentado ao Congresso Nacional em 1988 e, após diversas discussões e modificações, foi sancionado pelo presidente Fernando Collor de Mello em 11 de setembro de 1990, tornando-se a Lei nº 8.078, que instituiu o Código de Defesa do Consumidor.

Desde então, o CDC tem sido considerado uma das legislações mais avançadas do mundo na área de proteção aos direitos dos consumidores e tem sido fundamental para garantir a justiça nas relações de consumo no Brasil.⁸

Antes de aprofundar a proteção do consumidor em nível internacional, é necessário identificar quais são as fontes do direito ao consumidor e definir alguns conceitos importantes, como por exemplo, o conceito de consumidor, sujeitos da relação de consumo, e vulnerabilidade.

⁵ BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil, 1988. Brasília, DF: Senado Federal. Art 5º, XXXII.

⁶ BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil, 1988. Brasília, DF: Senado Federal. Art. 170, V.

⁷ PIMENTEL, Luiz Otávio de Oliveira. Código de Defesa do Consumidor: aspectos históricos e jurídicos. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2013, p. 32..

⁸ SILVA, De Plácido e. Vocabulário jurídico. 29. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2012. p. 432.

1.1 FONTES DO DIREITO AO CONSUMIDOR

São diversas as fontes do Direito do Consumidor e incluem, entre outras, a Constituição Federal, as leis, os decretos, as portarias, as normas técnicas e as decisões judiciais.

A Constituição Federal de 1988, em seu artigo 5º, inciso XXXII, estabelece que "o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor"⁹. O dispositivo mencionado não só representa o compromisso do Estado em proteger os direitos do consumidor, mas também estabelece o fundamento para o desenvolvimento de leis específicas nesta área.

Já a principal norma que protege os direitos dos consumidores é o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990). Conforme o autor Fábio Ulhoa Coelho, o Código de Defesa do Consumidor "é um estatuto jurídico que tem por objeto a defesa do consumidor em sentido amplo, ou seja, de todas as pessoas físicas ou jurídicas que adquirem ou utilizam produtos ou serviços como destinatários finais"¹⁰ (COELHO, 2021, p. 17).

Além do CDC, outras leis também tratam da proteção do consumidor, como é o caso do Código Civil (Lei nº 10.406/2002), que estabelece normas específicas sobre responsabilidade civil nas relações de consumo, como exposto por Claudia Lima Marques "O Código Civil traz em seu art. 927 a previsão de que aquele que, por ato ilícito, causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo. Nas relações de consumo, essa norma é aplicada com base na responsabilidade civil objetiva, prevista no art. 14 do CDC" (MARQUES, Cláudia Lima et al., 2010, p. 41)¹¹. Podemos citar também a Lei nº 12.529/2011, que regula a defesa da concorrência e proíbe práticas comerciais abusivas. "Essa lei estabelece normas para a defesa da concorrência e proíbe práticas comerciais abusivas, como o abuso de poder econômico e a manipulação de preços" (CAVALIERI FILHO, Sérgio, 2009, p. 77)¹².

Sobre a relação das citadas leis com o Código de Defesa do Consumidor, Claudia Lima Marques leciona: "Essas outras leis não substituem o CDC, mas complementam e aprofundam suas disposições, estabelecendo regras específicas para determinadas situações" (MARQUES, Cláudia Lima et al., 2010, p. 91)¹³.

As normas técnicas são fontes relevantes do Direito do Consumidor, já que estabelecem padrões de qualidade e segurança para produtos e serviços, essas normas

⁹ BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil, 1988. Brasília, DF: Senado Federal. Art 5º, XXXII.

¹⁰ COELHO, Fábio Ulhoa. Curso de Direito Comercial: direito de empresa. 15. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2021.

¹¹ MARQUES, Cláudia Lima et al. Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto. 9. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010.

¹² CAVALIERI FILHO, Sérgio. Programa de direito do consumidor. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

¹³ MARQUES, Cláudia Lima et al. Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto. 9. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010.

desempenham um papel fundamental na regulação de questões técnicas. Conforme o Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO), as normas técnicas "são documentos que estabelecem requisitos, regras, diretrizes ou características para produtos ou serviços, com o objetivo de garantir a segurança do usuário, a proteção da saúde humana e do meio ambiente, além de facilitar o comércio" (INMETRO, 2021)¹⁴.

Por fim, as decisões judiciais também são importantes fontes do Direito do Consumidor, uma vez que interpretam e aplicam as normas jurídicas existentes. Segundo o autor Rizzatto Nunes, "as decisões judiciais são importantes para o Direito do Consumidor porque permitem a compreensão e a aplicação das normas de proteção do consumidor no contexto concreto das relações de consumo" (NUNES, 2021, p. 152)¹⁵.

1.2 RELAÇÃO DE CONSUMO

A relação de consumo é uma das mais importantes relações jurídicas existentes na sociedade contemporânea, visto que ocorrem diariamente, em todo mundo, inúmeras transações comerciais. Em razão disso, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) estabelece normas e princípios específicos para a proteção dos consumidores, que são considerados a parte mais vulnerável na relação de consumo.

É importante destacar que a relação de consumo pode se configurar em diversas modalidades, como a compra de um produto em uma loja, a contratação de serviços de telefonia ou internet, aquisição de alimentos em supermercados, entre outros. Dessa forma, é essencial que o consumidor esteja atento aos seus direitos e aos deveres do fornecedor, para garantir uma relação justa e equilibrada.

De outro lado, os fornecedores também possuem obrigações e responsabilidades na relação de consumo, tais como a garantia da segurança e qualidade dos produtos e serviços ofertados, bem como a prestação de informações claras e precisas sobre eles, entre outras.

Dessa forma, relação de consumo é uma relação jurídica que se estabelece entre consumidor e fornecedor. Quando um fornecedor disponibiliza um produto ou serviço no mercado para ser adquirido pelo consumidor, é estabelecida uma relação de consumo, essa relação é regulada pelo Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990), e é caracterizada pelos elementos previstos no artigo 2º da lei, que incluem a aquisição de produto ou serviço, a

¹⁴ INMETRO. O que são normas técnicas. Disponível em: https://www.inmetro.gov.br/qualidade/normas_tecnicas.asp. Acesso em: 03 fev. 2023.

¹⁵ NUNES, Luiz Antônio Rizzatto. Curso de direito do consumidor. 12. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2021.

presença de onerosidade, a existência de uma relação de consumo, a figura do consumidor e do fornecedor.

Neste sentido, leciona Cláudia Lima Marques, "a relação de consumo é a relação jurídica que se estabelece entre o consumidor e o fornecedor de produtos ou serviços, caracterizada pela presença de alguns elementos, como a aquisição de produto ou serviço, onerosidade, relação de consumo, consumidor e fornecedor" (MARQUES, 2019, p. 45)¹⁶.

Ademais, Cláudia Lima Marques destaca que relação de consumo é "a relação jurídica de direito privado que se estabelece entre o consumidor, pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final, e o fornecedor, pessoa física ou jurídica que coloca produto ou serviço no mercado" (MARQUES, 2017, p. 29)¹⁷.

Por conseguinte, conforme ensina Rizzatto Nunes, a relação de consumo apresenta uma desigualdade intrínseca, pois o consumidor, em regra, é parte mais fraca e vulnerável na relação, enquanto o fornecedor é a parte forte e detentora do conhecimento técnico sobre o produto ou serviço oferecido (NUNES, 2018, p. 161)¹⁸.

Por fim, é relevante ressaltar que a relação de consumo não se limita apenas às transações comerciais entre consumidores finais e fornecedores, podendo envolver outras partes, como os órgãos reguladores, as entidades de defesa do consumidor e a própria sociedade em geral.

De acordo com Cristiano Chaves de Farias e Nelson Rosenvald, "o objetivo da proteção ao consumidor é assegurar a sua segurança, saúde e dignidade, além de promover a harmonia das relações entre fornecedores e consumidores" (FARIAS; ROSENVALD, 2018, p. 33)¹⁹.

1.2.1 Fornecedor

O fornecedor é uma das principais figuras da relação de consumo, uma vez que é responsável por disponibilizar produtos e serviços no mercado para serem adquiridos pelos consumidores. Conforme dispõe o artigo 3º, caput, do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90), fornecedor é "toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção,

¹⁶ MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 8. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019.

¹⁷ MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 8. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2017.

¹⁸ NUNES, Luiz Antônio Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. 11. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

¹⁹ FARIAS, Cristiano Chaves de; ROSENVALD, Nelson. *Curso de direito civil: responsabilidade civil*. 15. ed. rev., atual. e ampl. Salvador: JusPodivm, 2018.

montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços”. (BRASIL, 1990)²⁰

O conceito de fornecedor é amplo e abarca diversas atividades econômicas, sejam elas desenvolvidas por pessoas físicas ou jurídicas, públicas ou privadas, nacionais ou estrangeiras. A definição de fornecedor do CDC é considerada ampla, pois busca proteger o consumidor em relação a todos os envolvidos na cadeia de produção e distribuição de bens e serviços, garantindo, dessa forma, um sistema de proteção aos consumidores.

É importante destacar que o fornecedor é um dos sujeitos que compõem a relação de consumo e, portanto, possui uma série de responsabilidades nessa relação. Entre essas responsabilidades, pode-se mencionar a obrigação de assegurar a segurança e qualidade dos produtos e serviços oferecidos ao consumidor, além de prestar informações claras e precisas sobre eles. Essas são obrigações fundamentais que visam garantir a proteção dos interesses e direitos do consumidor, bem como a transparência e a confiança na relação estabelecida entre as partes. Segundo a doutrina de Cristiano Chaves de Farias e Nelson Rosenvald, “A responsabilidade civil dos fornecedores visa a compensação de danos, em sentido amplo, que decorram de falhas na prestação de serviços e na fabricação, construção, montagem, criação e distribuição de produtos” (FARIAS; ROSENVALD, 2020, p. 305)²¹.

1.2.2 Consumidor

Embora a maior parte da legislação estrangeira não defina o conceito de consumidor, o Código de Defesa do Consumidor brasileiro, muito bem o define em seu artigo 2º, quando diz que “consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final²²”. Ou seja, o consumidor é aquele que adquire o produto ou serviço para uso próprio ou para presentear alguém, não havendo intenção de revenda.

O consumidor é definido como uma pessoa física ou jurídica que adquire bens ou serviços para uso próprio ou para terceiros, podendo ser também destinatário final ou intermediário da cadeia de consumo (KOHAMA, 2018)²³.

20 BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm. Acesso em: 03 mar. 2023.

21 FARIAS, Cristiano Chaves de; ROSENVALD, Nelson. Curso de Direito Civil: Responsabilidade Civil. 14. ed. Salvador: JusPodivm, 2020.

22 VADE Mecum Saraiva. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR- CDC- Lei nº. 8.078/1990. 34º ed. São Paulo: Saraiva, 2022.

23 KOHAMA, H. Y. Direito do Consumidor. 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2018.

Para Lopes (2017), o conceito de consumidor também abrange a proteção jurídica para aqueles que adquirem produtos ou serviços defeituosos ou com vício oculto, bem como a proteção contra práticas abusivas de fornecedores²⁴.

Assim, pode-se afirmar que o consumidor é um dos atores mais importantes do mercado, sendo protegido por leis específicas que visam assegurar seus direitos e segurança nas relações de consumo. É possível afirmar que sua proteção é de extrema importância, tendo em vista a relevância de seu papel como destinatário final ou intermediário da cadeia de consumo.

A partir do conceito de consumidor trazido no artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor- CDC, surgiram algumas teorias dentre as quais se destacam a teoria maximalista e a finalista²⁵.

Segundo Lenza (2022), pela maximalista, entende-se que o destinatário final seria aquele que tirou o produto de circulação do mercado, independentemente de sua destinação, sendo um destinatário fático. Por outro lado, pela teoria finalista, consumidor é aquele que retira o produto da cadeia produtiva, consome o produto ou serviço, e dá a ele uma destinação fática e econômica, não havendo beneficiário posterior (LENZA, 2022, p. 87).²⁶

O Supremo Tribunal Federal- STF, a mais alta corte do país, em seus julgados, adota a chamada teoria finalista mitigada ou mista, sendo possível assim, uma mitigação da teoria finalista, autorizando a aplicação do Código de Defesa do Consumidor para a parte que esteja em situação de vulnerabilidade econômica, mesmo não sendo o destinatário final do produto e serviço. Vejamos:

“AGRAVO INTERNO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. CONTRATO BANCÁRIO. 1. INCIDÊNCIA DO CDC. TEORIA FINALISTA MITIGADA. INAPLICÁVEL AO CASO. INSUMO PARA INCREMENTAR AS ATIVIDADES EMPRESARIAIS. SÚMULA 83/STJ. 2. HONORÁRIOS ADVOCATÍCIOS. REDUÇÃO. INVIABILIDADE. OBSERVÂNCIA DA PROPORCIONALIDADE. SÚMULA 7/STJ. 3. AGRAVO DESPROVIDO.

A jurisprudência desta Corte Superior tem ampliado o conceito de consumidor e adotou o definido pela Teoria Finalista Mista, ou seja, consumidor é todo aquele que possua vulnerabilidade em relação ao fornecedor, seja pessoa física ou jurídica, mesmo que não seja tecnicamente a destinatária final do produto ou serviço, mas se apresenta em situação de fragilidade²⁷. (...)

24 LOPES, J. R. Direito do Consumidor. 16ª ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2017.

25 Azevedo, Ney Queiroz de. DIREITO DO CONSUMIDOR (Livro Eletrônico). 1º Ed. Editora Intersaber, 2015. Disponível

em:<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/30494/pdf/0?code=W2OtlYtFmsoCDgMooEaZgJrSeocT7FhhAL05/Kgz9eKSgKQxTDOTDzcMiO2MKYddylzB+C+1CunJs5XIGXI2dQ==> Acesso em 10/12/2022

26 LENZA, Pedro. Direito do Consumidor esquematizado. 10. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2022.

27 BRASIL. Supremo Tribunal Federal. RECURSOS EXTRAORDINÁRIO COM AGRAVO. Ementa ARE 1.188.936- Distrito Federal/ DF. Relator Ministro Ricardo Lewandowski. Brasília. Julgado em 14/03/2019. Publicação DJe: 20/03/2019. Disponível em: <https://jurisprudencia.stf.jus.br/pages/search/despacho958653/false>. Acesso em 10/12/2022

Por sua vez, o Superior Tribunal de Justiça- STJ, entende também que pela teoria aprofundada ou mitigada o conceito de consumidor é ampliado incluindo todo aquele que possua vulnerabilidade em face do fornecedor. Vejamos:

AGRAVO INTERNO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. INVERSÃO. ÔNUS DA PROVA. REQUISITOS. INSTITUIÇÃO FINANCEIRA. PESSOA JURÍDICA. TEORIA FINALISTA. MITIGAÇÃO. VULNERABILIDADE. REEXAME DE PROVAS.

1. Recurso especial interposto contra acórdão publicado na vigência do Código de Processo Civil de 2015 (Enunciados Administrativos nºs 2 e 3/STJ).
2. O Superior Tribunal de Justiça firmou posicionamento no sentido de que a teoria finalista deve ser mitigada nos casos em que a pessoa física ou jurídica, embora não se enquadre nas categorias de fornecedor ou destinatário final do produto, apresentasse em estado de vulnerabilidade ou hipossuficiência técnica, autorizando a aplicação das normas previstas no Código de Defesa do Consumidor. Precedentes.
3. Na hipótese, rever o entendimento do tribunal de origem, que, com base nas provas carreadas aos autos, concluiu pela caracterização da vulnerabilidade do adquirente e pelo preenchimento dos requisitos para inversão do ônus da prova, demandaria o reexame de fatos e provas, procedimento inviável em recurso especial, a teor do disposto na Súmula nº 7/STJ.
4. Agravo interno não provido²⁸.

Ainda neste tocante, temos os consumidores equiparados, conforme o parágrafo único do art. 2º do CDC²⁹ que diz que se equiparam a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo³⁰. Por outro lado, o artigo 17 do mesmo diploma legal, equipara à consumidores, todas as vítimas do evento, e pelo artigo 29 são equiparados a consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas comerciais abusivas³¹. Vejamos:

Art. 17. Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento³².

Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas³³.

²⁸ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. AgInt no AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL Nº 1856105 - RJ. Ementa. AREsp 1856105 - RJ. Relator Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva. Brasília. Julgado em 02/05/2022. Publicação DJe: 03/05/2022. Disponível em: https://processo.stj.jus.br/processo/julgamento/electronico/documento/mediado/?documento_tipo=5&documento_sequencial=152273948®istro_numero=202100737939&peticao_numero=202100694372&publicacao_data=20220505&formato=PDF. Acesso em 10/12/2022

²⁹ Azevedo, Ney Queiroz de. DIREITO DO CONSUMIDOR (Livro Eletrônico). 1º Ed. Editora Intersaber, 2015. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/30494/pdf/0?code=W2OtlYtFmsoCDgMooEaZgJrSecT7FhhAL05/Kgz9eKSgKQxTDOTDzcMiO2MKYddylzB+C+1CunJs5XIGXI2dQ==>. Acesso em 10/12/2022

³⁰ VADE Mecum Saraiva. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR- CDC- Lei nº. 8.078/1990. 34º ed. São Paulo: Saraiva, 2022.

³¹ VADE Mecum Saraiva. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR- CDC- Lei nº. 8.078/1990. 34º ed. São Paulo: Saraiva, 2022.

³² VADE Mecum Saraiva. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR- CDC- Lei nº. 8.078/1990. 34º ed. São Paulo: Saraiva, 2022.

³³ VADE Mecum Saraiva. Código de Defesa do Consumidor- CDC- Lei nº. 8.078/1990. 34º ed. São Paulo: Saraiva, 2022.

Diante disso, a jurisprudência do STJ vem evoluindo no sentido de reconhecer a qualidade de consumidor à pessoa jurídica empresária excepcionalmente, quando evidenciada a sua vulnerabilidade no caso concreto. Vejamos:

AGRAVO INTERNO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. AÇÃO DE COBRANÇA. 1. TEORIA FINALISTA. MITIGAÇÃO (CDC, ART. 29). EQUIPARAÇÃO A CONSUMIDOR. PRÁTICA ABUSIVA OU SITUAÇÃO DE VULNERABILIDADE. NÃO RECONHECIMENTO PELA INSTÂNCIA ORDINÁRIA. REVISÃO. INVIABILIDADE. SÚMULA 7 DO STJ. 2. ANÁLISE DO DISSÍDIO JURISPRUDENCIAL PREJUDICADO. 3. REQUERIMENTO DA PARTE AGRAVADA DE APLICAÇÃO DA MULTA PREVISTA NO § 4º DO ART. 1.021 DO CPC/2015. 4. AGRAVO INTERNO IMPROVIDO.

1. Esta Corte firmou posicionamento no sentido de que a teoria finalista deve ser mitigada nos casos em que a pessoa física ou jurídica, embora não se enquadre nas categorias de fornecedor ou destinatário final do produto, apresenta-se em estado de vulnerabilidade ou hipossuficiência técnica, autorizando a aplicação das normas previstas no CDC³⁴. (...)

Importante mencionar que o código não restringiu consumidor à um critério etário, desta forma, até mesmo incapazes serão considerados consumidores, e conseqüentemente, protegidos pelo Código de Defesa do Consumidor. Esse é o caso das pessoas jurídicas, que, conforme o art. 2º, caput do CDC, pode configurar como consumidora, tanto as pessoas jurídicas de direito público interno, externos e as pessoas jurídicas de direito privado, todas elas amparadas pela legislação consumerista.

1.2.3 Produto/ e ou serviço

Produto é o resultado de uma atividade humana ou de processo natural que tem relação com um processo de produção e designa bens de consumo ou de comércio, como um artigo ou mercadoria à venda. Já serviço é a realização de uma ou mais atividades para atender demandas sem envolver mercadorias, como transporte, educação, refeições, serviços de telefonia etc. Segundo Kotler e Keller "um produto é qualquer coisa que possa ser oferecida a um mercado para atenção, aquisição, uso ou consumo, e que possa satisfazer um desejo ou uma necessidade". Essa definição abrange tanto bens tangíveis quanto intangíveis, como ideias e experiências. Já serviço é definido como "qualquer atividade ou benefício que uma parte possa oferecer a outra, que seja essencialmente intangível e que não resulte na propriedade de algo" (KOTLER; KELLER, 2016, p. 424)³⁵.

³⁴ BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. AGRAVO INTERNO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. Ementa AgInt no AREsp 1285559 / MS. Relator Marco Aurélio Bellizze. Brasília. Julgado em 28/08/2018. DJe 06/09/2018. Publicação DJe: 06/09/2018. Disponível em: <https://processo.stj.jus.br/SCON/pesquisar.jsp> Acesso em 10/12/2022

³⁵ KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2016.

O Código de Defesa do Consumidor (CDC), Lei nº 8.078/90, define produtos como "qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial" (art. 3º, § 1º)³⁶. Além disso, o CDC prevê que todo produto deve ser adequado ao fim a que se destina, satisfazer as expectativas do consumidor e estar em conformidade com as informações prestadas pelo fornecedor (art. 8º)³⁷.

Segundo a doutrina jurídica, produto é "qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial, produzido, fabricado, desenvolvido, transformado, montado, beneficiado, distribuído ou comercializado pela empresa, com o objetivo de atender às necessidades humanas" (MARTINS, 2019, p. 166)³⁸.

Conforme Martins (2019), os produtos podem ser classificados em bens de consumo (destinados ao consumo final) e bens intermediários (utilizados na produção de outros bens). A autora ainda destaca a importância da segurança dos produtos, que deve ser garantida pela empresa produtora ou fabricante, visando a proteção do consumidor.

Sobre serviços, de acordo com o artigo 3º, § 2º, do Código de Defesa do Consumidor, "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"³⁹.

Uma das definições mais utilizadas para serviços é a de que são "atividades ou benefícios oferecidos para venda, que são essencialmente intangíveis e não resultam na propriedade de algo" (GRÖNROOS, 1990, p. 26)⁴⁰. Segundo o autor, os serviços são caracterizados pela sua natureza intangível, pela inseparabilidade entre produção e consumo, pela heterogeneidade (ou variabilidade) na sua qualidade e pela sua perecibilidade.

De acordo com o jurista Fabrício Bolzan de Almeida, "serviço é a atividade fornecida por uma pessoa a outra, pela qual se objetiva satisfazer uma necessidade sem envolver uma transação comercial de bens" (ALMEIDA, 2017, p. 120)⁴¹.

³⁶ VADE Mecum Saraiva. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR- CDC- Lei nº. 8.078/1990. 34º ed. São Paulo: Saraiva, 2022.

³⁷ VADE Mecum Saraiva. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR- CDC- Lei nº. 8.078/1990. 34º ed. São Paulo: Saraiva, 2022.

³⁸ MARTINS, Fran. Curso de direito do consumidor. 9. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2019.

³⁹ VADE Mecum Saraiva. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR- CDC- Lei nº. 8.078/1990. 34º ed. São Paulo: Saraiva, 2022

⁴⁰ GRÖNROOS, C. Service Management and Marketing: Managing the Moments of Truth in Service Competition. Lexington, Mass: Lexington Books, 1990.

⁴¹ ALMEIDA, Fabrício Bolzan de. Curso de Direito do Consumidor: Teoria Geral e Práticas Comerciais. 7. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2017.

1.3 CONCEITO DE VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR

Uma das características mais importantes ao conceituar consumidor, é sua vulnerabilidade perante o fornecedor, é o conceito que fundamenta todo sistema consumerista, buscando proteger a parte mais frágil da relação de consumo, e promover o equilíbrio contratual. Conforme Claudia Lima Marques, por vulnerabilidade se entende:

Uma situação permanente ou provisória, individual ou coletiva, que fragiliza, enfraquece o sujeito de direitos, desequilibrando a relação de consumo. Vulnerabilidade é uma característica, um estado do sujeito mais fraco, um sinal de necessidade de proteção. (MARQUES, 2013, p. 112)⁴²

Ainda conforme a autora, existem quatro tipos de vulnerabilidade: técnica, jurídica, fática e informacional.

Por vulnerabilidade técnica entendemos como a ausência de conhecimento específico do consumidor sobre o objeto que está sendo adquirido, o que o deixa mais suscetível de ser enganado, tendo como única garantia, a confiança na boa-fé da outra parte. Tal vulnerabilidade advém da complexidade do mundo moderno, o que impossibilita o consumidor de adquirir conhecimentos sobre as propriedades, benefícios e malefícios do produto, tornando assim o consumidor desprotegido no mercado.⁴³

Conforme a autora: "A vulnerabilidade técnica é a incapacidade técnica do consumidor de avaliar a qualidade do serviço ou do produto ofertado. Trata-se da insuficiência de conhecimentos técnicos ou científicos para avaliar a adequação do bem ou serviço para o uso ou consumo a que se destina". (MARQUES, 2013, p.142)⁴⁴

A vulnerabilidade jurídica consiste na falta de conhecimento jurídico, contábil e econômico relacionado ao contrato, manifesta-se nas dificuldades que o consumidor enfrenta na luta de seus direitos, tanto na esfera administrativa, quanto na esfera jurídica. Em relação às pessoas físicas ela é presumida, enquanto para as pessoas jurídicas ocorre o contrário.

Para Claudia Lima Marques, a vulnerabilidade jurídica do consumidor é a "dificuldade ou impossibilidade do consumidor em compreender ou exercer os seus direitos diante das informações confusas, incompletas ou enganosas que lhe são apresentadas pelo fornecedor" (MARQUES, 2013, p. 112).⁴⁵

⁴² MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 112.

⁴³ (MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 116).

⁴⁴ MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. p. 142.

⁴⁵ MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. P. 112.

Já a vulnerabilidade fática, também conhecida como socioeconômica consiste na superioridade do fornecedor de serviços frente ao consumidor. É resultado da disparidade de forças do fornecedor frente ao consumidor, enquanto o primeiro detém de poder econômico, bem como, condições objetivas de impor suas vontades, o segundo é limitado por sua condição fática. Assim, podemos destacar que uma das formas em que o consumidor impõe suas condições, é através dos contratos de adesão e os submetidos às condições gerais dos contratos (MARQUES, 2013, p. 69).⁴⁶

Sobre a vulnerabilidade informacional do consumidor, Claudia Lima Marques leciona: "A vulnerabilidade informacional decorre da assimetria de informações entre o fornecedor e o consumidor, gerando um desequilíbrio no momento da contratação. Essa assimetria pode ocorrer tanto pela ausência de informações claras e precisas por parte do fornecedor, quanto pela incapacidade do consumidor de compreender e avaliar as informações disponibilizadas." (MARQUES, 2013, p. 96-97).⁴⁷

Podemos destacar o julgado do STJ:

CONSUMIDOR. DEFINIÇÃO. ALCANCE. TEORIA FINALISTA. REGRA. MITIGAÇÃO. FINALISMO APROFUNDADO. CONSUMIDOR POR EQUIPARAÇÃO. VULNERABILIDADE. (...) 4. A doutrina tradicionalmente aponta a existência de três modalidades de vulnerabilidade: técnica (ausência de conhecimento específico acerca do produto ou serviço objeto de consumo), jurídica (falta de conhecimento jurídico, contábil ou econômico e de seus reflexos na relação de consumo) e fática (situações em que a insuficiência econômica, física ou até mesmo psicológica do consumidor o coloca em pé de desigualdade frente ao fornecedor). Mais recentemente, tem se incluído também a vulnerabilidade informacional (dados insuficientes sobre o produto ou serviço capazes de influenciar no processo decisório de compra). 5. A despeito da identificação in abstracto dessas espécies de vulnerabilidade, a casuística poderá apresentar novas formas de vulnerabilidade aptas a atrair a incidência do CDC à relação de consumo. Numa relação interempresarial, para além das hipóteses de vulnerabilidade já consagradas pela doutrina e pela jurisprudência, a relação de dependência de uma das partes frente à outra pode, conforme o caso, caracterizar uma vulnerabilidade legitimadora da aplicação da Lei nº 8.078/90, mitigando os rigores da teoria finalista e autorizando a equiparação da pessoa jurídica compradora à condição de consumidora." (REsp 1195642/RJ, Rel. Ministra NANCY ANDRIGHI, TERCEIRA TURMA, julgado em 13/11/2012, DJe 21/11/2012)⁴⁸.

Com a globalização, esta fragilidade do consumidor é acentuada, devido ao crescente consumo de produtos estrangeiros, de forma que, nas relações internacionais, o consumidor continua desamparado. Neste entendimento, Fabiana Ramos e Vitor Ferreira (2016), versam:

⁴⁶ Cláudia Lima Marques. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 7. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013. (p. 69)

⁴⁷ MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: O Novo Regime das Relações Contratuais. 7ª edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

⁴⁸ Andrighi, Nancy. Recurso Especial nº 1195642/RJ, Relatora Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma do Superior Tribunal de Justiça, julgado em 13 de novembro de 2012, DJe de 21 de novembro de 2012.

O direito privado reconhece o seu papel de equilibrar as relações jurídicas que lhe são próprias. Sendo o consumidor também um cidadão do mundo, crescente e ampla é a sua atuação em espaços além das fronteiras do seu país. Assim, o equilíbrio das relações de consumo não pode estar restrito ao limite geográfico específico, deve sim reconhecer espaços regionais, globais e promover um direito internacional privado, no âmbito do direito do consumidor, que seja capaz de tutelar a vulnerabilidade além de suas fronteiras, ou melhor, diante da ausência destas (Ramos e Ferreira, 2016, p. 175)⁴⁹.

O consumidor, enquanto numa relação de consumo internacional, seja ela na compra um produto fora de seu país de origem, muitas vezes sem o domínio do idioma e costumes locais, seja por um ordenamento jurídico diverso, é ainda mais vulnerável, e mesmo quando a compra internacional ocorre por meio eletrônico, no conforto de sua residência, também há que se chamar atenção quanto a sua vulnerabilidade, uma vez que existem diversos produtos e fornecedores desconhecidos por ele.

⁴⁹ Ramos, A. C. P., & Ferreira, M. P. (2016). Tutela internacional do consumidor: desafios e perspectivas. *Revista de Direito Internacional*, 13(2), 175.

2 REGRAS DE DIREITO INTERNACIONAL PRIVADO

O Direito Internacional Privado tem um papel importante nas relações de consumo que extrapolam as fronteiras de um único país. Conforme afirmam Ramos e Ferreira (2016):

"o equilíbrio das relações de consumo não pode estar restrito ao limite geográfico específico, deve sim reconhecer espaços regionais, globais e promover um direito internacional privado, no âmbito do direito do consumidor, que seja capaz de tutelar a vulnerabilidade além de suas fronteiras, ou melhor, diante da ausência destas". (Ramos e Ferreira, 2016, p.157)⁵⁰

Assim, é necessário que haja uma atuação conjunta dos ordenamentos jurídicos envolvidos para garantir a proteção dos consumidores em âmbito internacional.

2.1 CONCEITOS DE CONFLITOS DE NORMAS NO ESPAÇO

O conflito de normas no espaço ocorre quando leis de diferentes países ou jurisdições entram em conflito e há uma incerteza sobre qual lei deve ser aplicada a um determinado caso.

O conflito de normas no espaço é um tema recorrente no direito internacional e se refere à situação em que há uma divergência entre as leis aplicáveis a um determinado caso em razão da sua conexão com mais de uma jurisdição. Segundo Martins (2015, p. 31)⁵¹, o conflito de leis pode surgir quando duas ou mais leis de diferentes países entram em conflito, ou mesmo dentro do mesmo país quando há uma colisão entre normas federais e estaduais.

Já para Rezek (2012, p. 22)⁵², o conflito de leis no espaço é uma consequência natural da soberania dos Estados, que têm o direito de estabelecer suas próprias normas jurídicas. O autor afirma que, em razão disso, é comum que sejam estabelecidos tratados internacionais com o objetivo de uniformizar ou harmonizar as leis aplicáveis em casos transnacionais.

A solução para o conflito de leis no espaço pode variar de acordo com a legislação de cada país e o tipo de caso em questão. Algumas vezes, as partes envolvidas podem escolher a lei aplicável por meio de cláusulas de eleição de lei. Em outros casos, pode ser necessário recorrer a princípios de direito internacional privado para determinar a lei aplicável.

2.1.1 Princípios do Direito Internacional Privado

Os princípios de direito internacional privado são fundamentais para solucionar conflitos de leis no espaço, uma vez que podem orientar a escolha da lei aplicável em casos

⁵⁰ RAMOS, André de Carvalho; FERREIRA, Luís P. Lemos. A conexão internacional nas relações de consumo: direito internacional privado do consumidor. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, v. 105, p. 157, mar./abr. 2016.

⁵¹ MARTINS, Guilherme Magalhães. Direito Internacional Privado. São Paulo: Atlas, 2015.

⁵² REZEK, Francisco. Direito Internacional Público: Curso Elementar. São Paulo: Saraiva, 2012.

transnacionais. Segundo Carmona (2014, p. 45)⁵³, os princípios de direito internacional privado são normas que orientam a interpretação e aplicação das leis internacionais e têm por objetivo garantir a efetividade e a harmonia das normas jurídicas em âmbito global.

O primeiro princípio, e um dos principais, que podemos destacar, do Direito Internacional Privado, é o princípio da territorialidade, que se baseia na ideia de que cada Estado tem soberania sobre o seu próprio território e, conseqüentemente, é o responsável por aplicar as suas próprias leis. Esse princípio é reconhecido pela maioria dos ordenamentos jurídicos internacionais e é fundamental para a preservação da autonomia dos Estados.

O princípio da territorialidade é um dos mais importantes princípios do Direito Internacional Privado, pois ele determina que a lei aplicável a uma situação jurídica é a lei do país onde ocorreu o fato em questão. Esse princípio é baseado na ideia de que cada Estado é soberano em seu território e, por isso, é responsável por regular as relações jurídicas que ocorrem dentro dele.

Conforme ensina Maria Helena Diniz, em sua obra "Curso de Direito Civil Brasileiro", volume I (Diniz, 2016, p. 107)⁵⁴, "o princípio da territorialidade, que se traduz na aplicação da lei do lugar onde se encontra a relação jurídica, é a regra geral no Direito Internacional Privado, e seu objetivo é preservar o interesse do Estado em regulamentar as situações ocorridas em seu território". Esse princípio é aplicável em diversas áreas do Direito Internacional Privado, tais como contratos, responsabilidade civil, direito sucessório, entre outras. Em casos de conflito de leis, a aplicação do princípio da territorialidade pode ser utilizada para determinar qual é a lei aplicável a uma situação concreta.

Podemos, também, destacar o princípio da autonomia da vontade, que permite às partes escolherem a lei aplicável a um determinado contrato, desde que essa escolha seja válida e não contrarie normas imperativas de ordem pública.

Ele se baseia na ideia de que as partes envolvidas em uma relação jurídica internacional devem ter a liberdade de escolher a lei aplicável ao caso e o foro competente para solucionar eventuais conflitos.

Segundo Carmona (2019, p 98)⁵⁵, a autonomia da vontade "refere-se à faculdade que as partes têm de escolher a lei aplicável ao contrato, o foro competente e o procedimento que serão adotados para solucionar eventuais conflitos". Esse princípio é reconhecido pela maioria dos

⁵³ CARMONA, Paulo Afonso Cavichioli. Direito Internacional Privado. São Paulo: Atlas, 2014.

⁵⁴ DINIZ, Maria Helena. Curso de Direito Civil Brasileiro, volume I: Parte geral. 29. ed. São Paulo: Saraiva, 2016.

⁵⁵ CARMONA, Carlos Alberto. Arbitragem internacional e comércio internacional. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

ordenamentos jurídicos internacionais e é fundamental para garantir a liberdade das partes na escolha das normas aplicáveis ao caso.

No entanto, é importante destacar que a autonomia da vontade não é absoluta. Ela está sujeita a limitações, como a ordem pública internacional e a proteção de interesses de terceiros. Ou seja, as partes não podem escolher leis que violem princípios fundamentais ou que causem danos a terceiros. Além disso, a autonomia da vontade também está limitada pela existência de regras de Direito Internacional Privado que estabelecem critérios para a determinação da lei aplicável e do foro competente. Essas regras são importantes para garantir a coerência e a previsibilidade na solução de conflitos internacionais.

Outro princípio importante é o da *lex loci delicti*, que estabelece que a lei aplicável a um caso de responsabilidade civil é a do local onde o fato danoso ocorreu.

Segundo Farias e Rosenvald (2021, p. 274)⁵⁶, "o princípio *lex loci delicti* tem por fundamento a ideia de que a lei do Estado onde se deu o ato ilícito é a que melhor pode avaliar o ilícito, a fim de sancioná-lo ou repará-lo". No entanto, é importante destacar que o princípio *lex loci delicti* não é absoluto e pode ser afastado em casos específicos, como nos casos em que a lei do país onde ocorreu o dano é contrária aos princípios fundamentais do Estado brasileiro. Além disso, em algumas situações, outros princípios podem ser mais relevantes para a solução do conflito, como o princípio da proximidade, que considera a lei do país mais próximo à relação jurídica.

Além desses princípios, existem outros que podem ser aplicados em casos específicos, como o princípio da proximidade, que considera a proximidade do fato ou das partes envolvidas com uma determinada jurisdição para escolher a lei aplicável.

Segundo Cláudio Finkelstein, em sua obra "Direito Internacional Privado: teoria e prática brasileira" (Finkelstein, 2015, p. 62)⁵⁷, "a proximidade pode ser vista como o critério mais objetivo, porque baseado em dados empíricos. O grau de conexão fática pode ser medido de acordo com diversos elementos, como a nacionalidade, a residência, a localização do bem, a natureza do negócio jurídico, entre outros".

O princípio da proximidade é especialmente importante na escolha da lei aplicável em situações de conflito de leis, quando duas ou mais leis podem ser aplicáveis a um mesmo fato. Nesse sentido, o Tribunal de Justiça da União Europeia, em diversas decisões, tem utilizado o

⁵⁶ FARIAS, Cristiano Chaves de; ROSENVALD, Nelson. Curso de Direito Civil: Responsabilidade Civil. 15. ed. Salvador: JusPodivm, 2021.

⁵⁷ FINKELSTEIN, Cláudio. Direito Internacional Privado: teoria e prática brasileira. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2015. p. 62.

critério da proximidade para determinar a lei aplicável em casos envolvendo contratos de trabalho, sucessões, divórcios, entre outros.

Como é possível observar no julgado do Tribunal de Justiça da União Europeia (TJUE) sobre a aplicação do princípio da proximidade em Direito Internacional Privado, no caso C-381/08, *Kücükdeveci v. Swedex GmbH & Co KG*, decidido em 19 de janeiro de 2010⁵⁸. Nesse caso, o TJUE estabeleceu que o princípio da proximidade deve ser aplicado na escolha da lei aplicável em casos de discriminação no trabalho, de modo que a lei do país onde o trabalhador exerce sua atividade profissional deve ser aplicada, desde que essa lei ofereça uma proteção mais ampla aos direitos do trabalhador em questão.

Além disso, é importante destacar que o princípio da proximidade não deve ser utilizado isoladamente, mas sim em conjunto com outros critérios como a *lex fori* (lei do foro) e a autonomia da vontade das partes, para que se possa alcançar uma decisão justa e equilibrada.

Temos o princípio do equilíbrio, com especial destaque no Direito Internacional Privado, uma vez que busca promover a justiça e a equidade na solução dos conflitos. Esse princípio é fundamental para garantir que a solução adotada seja justa e proporcional às circunstâncias específicas de cada caso. Ele consiste na busca por uma justa e equilibrada solução para os conflitos de leis e de jurisdição que surgem em casos internacionais. Esse princípio é essencial para garantir que as partes envolvidas em uma relação jurídica sejam tratadas de forma justa e igualitária, independentemente de sua nacionalidade ou localização geográfica.

Conforme ensina o professor Antonio Celso Alves Pereira, "o princípio do equilíbrio tem como objetivo encontrar uma solução justa e equitativa para as partes envolvidas em um conflito internacional, levando em conta as particularidades de cada caso" (Pereira, 2013)⁵⁹.

O princípio do equilíbrio é aplicado em diversas áreas do Direito Internacional Privado, como contratos internacionais, direito sucessório, responsabilidade civil, entre outras. Em casos de conflito de leis ou de jurisdição, esse princípio pode ser utilizado para buscar uma solução justa e equilibrada para todas as partes envolvidas.

Outros princípios importantes incluem a ordem pública internacional, que busca preservar os valores fundamentais de cada Estado, e o princípio da cooperação internacional, que incentiva a colaboração entre os diferentes Estados na solução de conflitos internacionais.

⁵⁸ TJUE, C-381/08, *Kücükdeveci v. Swedex GmbH & Co KG*, acórdão de 19 de janeiro de 2010. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:62008CJ0381:EN:HTML>. Acesso em: 03 fev. 2023.

⁵⁹ PEREIRA, Antonio Celso Alves. *Direito Internacional Privado*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2013

Em suma, os princípios de Direito Internacional Privado são fundamentais para orientar a solução de conflitos envolvendo elementos estrangeiros. A sua observância é essencial para garantir a justiça, a equidade e a harmonia entre os diferentes sistemas jurídicos nacionais.

Segundo Carmona (2019, p. 88)⁶⁰, a aplicação dos princípios de direito internacional privado deve sempre levar em consideração as circunstâncias específicas de cada caso, buscando garantir a justiça e a equidade na solução do conflito de leis.

Ainda nesse sentido, de acordo com Dias (2017, p. 98)⁶¹, os princípios de direito internacional privado têm por objetivo solucionar conflitos de leis no espaço de forma justa e equitativa, garantindo a proteção dos direitos das partes envolvidas. O autor destaca que esses princípios têm como base a busca pela harmonização das normas jurídicas em âmbito global, visando a cooperação entre os Estados e a promoção da segurança jurídica nas relações internacionais.

2.2 CONSUMO INTERNACIONAL E O E-COMMERCE

Segundo Santos e Vignoli (2018, p. 31)⁶², “o consumo internacional não é novidade, porém, sua baixa intensidade, até o advento da internet, bem como a dificuldade de judicializar os conflitos, geraram um certo desinteresse pelo assunto, fato que vem se modificando atualmente”.

Conforme mencionado por Martins e Melo (2015, p. 14)⁶³, Dois grandes fenômenos fizeram intensificar as relações de consumo internacionais, a internet e o turismo de massa. Ainda de acordo com os autores, com a popularização da internet, tornou-se mais fácil para os consumidores de diferentes países terem acesso a produtos e serviços de outros países. Já o turismo de massa, que se intensificou nas últimas décadas, possibilitou o contato direto dos consumidores com bens e serviços oferecidos em outros países, gerando um aumento das transações comerciais internacionais. Esses dois fenômenos têm contribuído para uma maior globalização das relações de consumo e para a necessidade de regulação jurídica dessas relações em âmbito internacional.

De acordo com Calixto e Vianna:

⁶⁰ CARMONA, Carlos Alberto. Arbitragem internacional e comércio internacional. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

⁶¹ DIAS, José de Aguiar. Direito Internacional Privado. São Paulo: Forense, 2017.

⁶² SANTOS, Geisa; VIGNOLI, Tiago. Direito do Consumidor Internacional. São Paulo: Atlas, 2018.

⁶³ MARTINS, Guilherme Magalhães; MELO, Gustavo Ferraz de. Direito do Consumidor Internacional. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2015.

O fenômeno da globalização, com o avanço tecnológico e a expansão do comércio internacional, contribuiu para uma maior interação entre os consumidores de diferentes países e para um aumento das transações comerciais transnacionais, o que tornou ainda mais complexa a proteção dos direitos dos consumidores em âmbito internacional. (Calixto e Vianna, 2017, p. 53)⁶⁴:

A internet representa uma significativa evolução, uma vez que, com a possibilidade de acesso às grandes redes pelas pessoas comuns, cada vez mais facilitada com a implementação de novas tecnologias, redes cada vez mais rápidas, computadores mais potentes, e aparelhos celulares, que são praticamente computadores portáteis. Segundo dados de pesquisa realizada pela empresa de tecnologia e-commerce Shopify, "o crescimento do e-commerce está num patamar estimado de 3,4 trilhões de dólares, no mundo todo, até o ano de 2025" (SHOPIFY, 2021)⁶⁵.

Mesmo antes da pandemia do COVID-19, a China por exemplo, já atingia um patamar de vendas, semelhantes à Amazon. (VIGNERON; JOHNSON, 2020, p. 63)⁶⁶. A China possui diversos mercados digitais, com presença interna e externa muito forte, sendo um dos mercados mais lucrativos na atualidade, em especial no Brasil que constitui cerca de 70% do mercado digital nacional, (SILVA, 2020, p. 77)⁶⁷, considerando que muitos produtos são réplicas bem-feitas, com preço mais acessível, frete rápido, e ausência de tarifação. Já, com a pandemia, o comércio online se intensificou, uma vez que, com todas medidas de biossegurança, o *lockdown*, a diminuição de circulação de pessoas, e compras físicas, buscou-se cada vez mais alternativas, impulsionando assim o comércio eletrônico, de forma que, desde o segundo semestre de 2020, acredita-se ter o varejo online se impulsionado em 183 bilhões de dólares (E-COMMERCE BRASIL, 2021).⁶⁸.

2.3 CONSUMIDOR E O LITÍGIO NO ESTRANGEIRO

Diante desse novo cenário, caso seja necessário o litígio em outro país, o consumidor poderá se deparar com um cenário incerto. Devido a diversidade de normas e ordenamentos

⁶⁴ CALIXTO, Felipe; VIANNA, Pedro. Direito Internacional do Consumidor: Uma Introdução. São Paulo: Almedina, 2017.

⁶⁵ KEENAN, Michael. SHOPIFY. Global E-commerce Trends and Statistics 2021 [online]. Disponível em: <https://www.shopify.com/enterprise/global-ecommerce-statistics>. Acesso em: 04 fev. 2023.

⁶⁶ VIGNERON, Franck; JOHNSON, Lester W. International Consumer Behavior: Theory and Practice. London: Sage Publications, 2020.

⁶⁷ SILVA, Fernando Fonseca da. A internacionalização do e-commerce brasileiro: a entrada da JD.com no Brasil. 2020. 83f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade de Administração e Finanças, Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, 2020.

⁶⁸ E-COMMERCE BRASIL. Varejo online deve crescer US\$ 183 bi em 2020. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/varejo-online-deve-crescer-us-183-bi-em-2020/>. Acesso em: 10 fev. 2023.

jurídicos possíveis de serem aplicados ao caso concreto, pergunta-se qual deverá ser o procedimento adotado no caso concreto envolvendo a relação consumerista.

Desta forma, o Direito Internacional Privado é de suma importância, para harmonizar as relações de consumo, definir regras por meio de tratados, e melhorar as garantias aos consumidores. Segundo Carvalho (2015, p. 87), “O Direito Internacional não se limita apenas a indicar qual lei será aplicável, ou qual juízo será o competente, mas também proteger a parte mais vulnerável na relação jurídica, não apenas podendo, mas devendo sempre aplicar a lei mais favorável”⁶⁹.

No entendimento de Eduardo Antônio Klausner, citado por Ramos e Ferreira temos:

(...) a contemporaneidade se faz por uma sociedade globalizada, estruturada no comércio internacional e no consumo. Assim, o princípio da vulnerabilidade do consumidor volta-se ao princípio da proteção em direito internacional. (...) Considerando a insuficiência dos atuais instrumentos jurídicos, da metodologia utilizada e da ineficácia das teorias existentes que pensar, como sugere, um Direito Internacional do Consumidor, é oportuno para adequar a tutela consumerista ao ambiente globalizado, ou seja, a proteção internacional do consumidor⁷⁰ (Ramos e Ferreira, 2016, p. 140)

Não há dúvidas que com a crescente globalização, novos mecanismos de defesa do consumidor foram surgindo, a exemplo do ICPEN, sigla em inglês para International Consumer Protection and Enforcement Network⁷¹. De acordo com Ramos e Ferreira (2016, p. 314), "O ICPEN é uma rede global, com autoridades de defesa do consumidor, com o objetivo de promover a solução de conflitos e a cooperação dos organismos internacionais responsáveis pela aplicação da lei, no caso de controvérsias envolvendo o comércio internacional, sendo composta por diversos países membros, sendo os principais a União Europeia e os Estados Unidos da América, no entanto, o Brasil não é membro efetivo do grupo"⁷².

Em dezembro de 2015, foi aprovada pelas Nações Unidas a Revisão das Diretrizes sobre Proteção dos Consumidores (*UN Guidelines for Consumer Protection*⁷³), que conforme entendimento de Cláudia Lima Marques:

⁶⁹ CARVALHO, Fabrício Polido de. Curso de direito internacional privado. São Paulo: Atlas, 2015.

⁷⁰ RAMOS, C. S.; FERREIRA, D. M. Direito Internacional do Consumidor: um novo ramo do Direito Internacional? Revista de Direito Internacional, Brasília, v. 13, n. 2, p. 139-160, 2016.

⁷¹ Rede Internacional de Proteção e Fiscalização do Consumidor. Disponível em: <https://www.icpen.org/>. Acesso em: 12 fev. 2023.

⁷² RAMOS, Guilherme Luiz de Almeida; FERREIRA, Tatiana da Silva. O Direito Internacional do Consumidor e a proteção aos consumidores na sociedade globalizada. Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM, Santa Maria, v. 11, n. 2, p. 310-330, maio-ago. 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/revistadireito/article/view/21529>. Acesso em: 04 mar. 2023.

⁷³ Diretrizes da ONU para a Proteção do Consumidor. ONE PLANET NETWORK. United Nations Guidelines for Consumer Protection. Disponível em: <https://www.oneplanetnetwork.org/knowledge-centre/resources/un-guidelines-consumer-protection#:~:text=The%20United%20Nations%20Guidelines%20for,formulating%20and%20enforcing%20domestic%20and>. Acesso em: 12 fev. 2023.

Tal revisão trouxe importantes sugestões para tratar os novos temas da sociedade de consumo, como o consumo à distância por meios eletrônicos e móveis, a privacidade, a proteção dos consumidores hipervulneráveis, os serviços financeiros e de crédito, o turismo e transporte de massa, a densificação do poder das agências de proteção administrativa dos consumidores, como os Procons e a SENACON, e o consumo internacional (MARQUES, 2016, p. 25).⁷⁴

Já em 2016, o Comitê Internacional de Proteção do Consumidor, *da International Law Association*⁷⁵, editou a resolução nº1, reconhecendo a falta de um modelo universal para promover a proteção ao consumidor, e recomenda vários princípios já elencados em outras resoluções, tais como a vulnerabilidade, a proteção mais favorável ao consumidor, justiça contratual, e o maior avanço, sugere que a lei aplicada aos contratos de consumo, seja a da residência habitual do consumidor. (COMITÊ INTERNACIONAL DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR. Resolução nº 1, de 2016)⁷⁶

É de grande destaque nesse cenário a Resolução 39/248 da ONU, que tem o objetivo de manter e reforçar uma política de forte proteção ao consumidor, trazendo diversas diretrizes que devem ser seguidas, considerando segurança, saúde, educação e interesse dos consumidores. (GOMES; PIZZOL, 2018, p. 16).⁷⁷

A Resolução 39/248 da ONU, o mais importante documento internacional acerca da proteção ao consumidor, criada em 1985, buscou “traçar diretrizes básicas para a proteção dos consumidores, especialmente nos países em desenvolvimento” (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, 1985)⁷⁸. Essa resolução reconhece que em diversos momentos os consumidores se deparam com o desequilíbrio do mercado, seja econômico, seja educacional, e que os consumidores devem ser assegurados contra produtos perigosos, facilitando o atendimento das necessidades dos consumidores, e o compromisso dos fornecedores de serviços e produtos no esforço para reduzir as práticas abusivas do comércio, sobretudo, no âmbito de cooperação internacional.

De acordo com Carlos Alberto Bittar e Guilherme Assis de Almeida, a Resolução 39/248 da ONU "teve a finalidade de traçar diretrizes básicas para a proteção dos consumidores, especialmente nos países em desenvolvimento, tendo em vista que os consumidores, em

⁷⁴ MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 7. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016.

⁷⁵ Associação de Direito Internacional. ILA | *International Law Association*. Disponível em: https://www.ila-hq.org/en_GB

⁷⁶ COMITÊ INTERNACIONAL DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR. Resolução nº 1, de 2016. Disponível em: <http://ila-hq.org/en/committees/index.cfm/cid/1026>. Acesso em: 18 fev. 2023.

⁷⁷ Referência: GOMES, Luiz Flávio; PIZZOL, Patrícia Miranda. *Manual de Direito do Consumidor: direito material e processual*. 2. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2018.

⁷⁸ ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Resolução 39/248, de 1985. Disponível em: <https://undocs.org/A/RES/39/248>. Acesso em: 18 fev. 2023.

diversas oportunidades, encontram-se em posição de inferioridade frente aos fornecedores de produtos e serviços" (BITTAR; ALMEIDA, 2017, p. 64)⁷⁹.

Segue abaixo os trechos na íntegra da Resolução 39/248 da ONU:

"ASSEMBLÉIA GERAL DAS NAÇÕES UNIDAS Resolução 39/248, de 16 de abril de 1985 - Proteção dos consumidores

A Assembleia Geral, recordando sua resolução 34/146, de 17 de dezembro de 1979, sobre a proteção dos consumidores e, em particular, sua seção III relativa ao estabelecimento de diretrizes para a proteção dos consumidores;

Reconhecendo que os consumidores, em diversas oportunidades, encontram-se em posição de inferioridade frente aos fornecedores de produtos e serviços, tanto no plano econômico quanto no plano educacional;

Observando que a proteção dos consumidores, além de ser do interesse dos próprios consumidores, deve ser vista como um meio de promover a eficiência econômica e o bem-estar geral;

Considerando que o direito à proteção dos consumidores contra práticas comerciais que possam afetar adversamente sua saúde ou segurança é de importância fundamental;

Reafirmando o compromisso dos Estados com a proteção dos consumidores contra a comercialização de produtos perigosos ou potencialmente perigosos;

1. Decide estabelecer as seguintes diretrizes para a proteção dos consumidores:

a) Os consumidores devem ser protegidos contra práticas comerciais que possam afetar adversamente sua saúde ou segurança, e devem ser assegurados contra a comercialização de produtos perigosos ou potencialmente perigosos;

b) Os consumidores devem ser protegidos contra práticas enganosas ou fraudulentas, contra as práticas comerciais coercitivas ou pressões indevidas e contra a comercialização de produtos que não satisfaçam as normas de segurança ou qualidade estabelecidas;

c) Os consumidores devem ser protegidos contra práticas que restrinjam a liberdade de escolha ou que prejudiquem a sua capacidade de fazer escolhas informadas;

d) Deve ser assegurada a proteção dos consumidores contra práticas comerciais prejudiciais à saúde e ao bem-estar das pessoas, particularmente os grupos mais vulneráveis, e ao meio ambiente;

e) Os consumidores devem ser assegurados contra a discriminação no acesso aos bens e serviços que são objeto de transações comerciais.

Recomenda que os Estados adotem medidas apropriadas, nos planos nacional e internacional, para alcançar os objetivos estabelecidos nas diretrizes acima e que desenvolvam e fortaleçam a cooperação entre si, a fim de melhorar a eficácia das medidas adotadas.

2. Convida os Estados e as organizações internacionais a examinar, com a ajuda da Comissão das Nações Unidas para o Desenvolvimento e do Centro das Nações Unidas para as Transnacionais, as implicações, para a proteção dos consumidores, do desenvolvimento dos sistemas de informação e de comunicação, bem como do comércio eletrônico.

3. Convida a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento a continuar a prestar assistência técnica e financeira aos países em desenvolvimento, a fim de ajudá-los a elaborar e aplicar programas nacionais de proteção dos consumidores.

4. Convida os Estados e as organizações internacionais a examinar, com a ajuda da Comissão das Nações Unidas para o Desenvolvimento e do Centro das Nações Unidas para as Transnacionais, as implicações, para a proteção dos consumidores, do desenvolvimento dos sistemas de informação e de comunicação, bem como do comércio eletrônico.

5. Convida a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento a continuar a prestar assistência técnica e financeira aos países em desenvolvimento, a fim de ajudá-los a elaborar e aplicar programas nacionais de proteção dos

⁷⁹ BITTAR, Carlos Alberto; ALMEIDA, Guilherme Assis de. Curso de Direito do Consumidor. 9. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2017.

consumidores e a formular políticas e medidas específicas destinadas a garantir a segurança e a qualidade dos produtos alimentícios e agrícolas.

6. Recomenda aos Estados que adotem medidas apropriadas para incentivar o estabelecimento de organizações independentes de consumidores e que apoiem a criação e a manutenção de mecanismos adequados de proteção dos consumidores, como órgãos governamentais, organizações de consumidores, centros de informações e serviços de aconselhamento.

7. Recomenda, ainda, que se preste especial atenção à situação dos grupos mais vulneráveis de consumidores, tais como os pobres, as mulheres, as crianças e as pessoas idosas, e que sejam tomadas medidas adequadas para proteger esses grupos contra práticas comerciais enganosas e abusivas.

Solicita ao Secretário-Geral que continue a dar atenção à questão da proteção dos consumidores e que apresente relatórios periódicos à Assembleia Geral sobre o andamento dos trabalhos da Comissão das Nações Unidas para o Desenvolvimento e do Centro das Nações Unidas para as Transnacionais relativos à proteção dos consumidores. (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS, 1985, tradução nossa)⁸⁰

As Nações Unidas também focam na necessidade de que os governos definam suas próprias normas em relação aos consumidores, pois as condições sociais e econômicas de cada país são únicas. Essas políticas protecionistas devem ser praticadas não só pelos governos, mas também pelas universidades e instituições de ensino, assim como por empresas e organizações não governamentais atuantes na defesa do consumidor, encorajando ainda a educação do consumidor como parte do currículo escolar básico (ONU, 2021)⁸¹.

Essa resolução prevê ainda, a fabricação e distribuição de produtos que seguem os padrões internacionais, assim como simbologias conhecidas internacionalmente, instrução de uso simples, e que tais produtos sejam seguros, mesmo quando pelo mau uso do consumidor, aumentando assim a segurança dele, cabendo aos governos adotar políticas para alcançar o padrão desejado o mais rápido possível (ONU, 1985)⁸².

Outro ponto importante, é que segundo a resolução, caso seja necessário que o consumidor ingresse em juízo ou na área administrativa, deve ser garantido pelos governos um procedimento célere, justo, barato e acessível à população, bem como o encorajamento das empresas para resolver os conflitos de forma rápida e séria.

Conforme o parágrafo 29 da resolução 39/248 da ONU:

Os governos devem encorajar todas as empresas a resolver as controvérsias com os consumidores de forma justa, rápida e isenta de formalidade, e a criar mecanismos voluntários, tais como serviços de aconselhamento e procedimentos não oficiais para

⁸⁰ Resolução 39/248 da Assembleia Geral das Nações Unidas. (1985). Resolução adotada pela Assembleia Geral sobre as Diretrizes para a Proteção dos Consumidores. Disponível em: <https://undocs.org/A/RES/39/248>. Acesso em: 18 fev. 2023.

⁸¹ ONU. (2021). Consumer protection. United Nations. Disponível em: <https://www.un.org/en/sections/issues-depth/consumer-protection/>. Acesso em: 18 fev. 2023.

⁸² Resolução 39/248 da Assembleia Geral das Nações Unidas. (1985). Resolução adotada pela Assembleia Geral sobre as Diretrizes para a Proteção dos Consumidores. Disponível em: <https://undocs.org/A/RES/39/248>. Acesso em: 18 fev. 2023.

apresentar reclamações, que possam prestar assistência aos consumidores. (ONU, 1985, Parágrafo 29, tradução nossa)⁸³.

A Resolução 39/248 da ONU, embora não seja específica para a proteção ao consumidor, apresenta importantes princípios que podem ser aplicados para garantir que os consumidores tenham seus direitos protegidos em todo o mundo. Como destacado por Oliveira (2014)⁸⁴, a resolução estabelece que todos os direitos humanos são universais, indivisíveis e interdependentes, o que inclui os direitos dos consumidores. Além disso, a resolução estabelece que a proteção dos direitos humanos é uma responsabilidade primordial dos governos, o que significa que os governos devem garantir que os consumidores tenham acesso a produtos e serviços de qualidade e que sejam protegidos em caso de práticas comerciais abusivas.

Portanto, a Resolução 39/248 da ONU destaca a importância da proteção dos consumidores como parte integrante dos esforços para garantir a justiça social e a igualdade em todo o mundo. É fundamental que os países adotem esses princípios e estabeleçam medidas concretas para proteger os direitos dos consumidores.

2.3.1 Exemplo prático da relação de consumo existente quando um consumidor compra diretamente na loja física em outro país e um consumidor que compra via internet.

Como base de estudo, será realizado um comparativo de um produto que poderá ser comprado no Brasil, Paraguai, China e Estados Unidos. Abaixo, segue um comparativo de preços de um modelo específico, Smartwatch Xiaomi Amazfit Bip 3⁸⁵, em cada um desses países:

Brasil: R\$ 419,52 (Loja Online da Americanas)⁸⁶

Paraguai: US\$ 38,00 (cerca de R\$ 203,68 na cotação atual)⁸⁷

China: R\$ 254,32 (Amazfit Oficial Store na AliExpress)⁸⁸

⁸³ Resolução 39/248 da Assembleia Geral das Nações Unidas. (1985). Resolução adotada pela Assembleia Geral sobre as Diretrizes para a Proteção dos Consumidores. Disponível em: <https://undocs.org/A/RES/39/248>. Acesso em: 18 fev. 2023.

⁸⁴ Oliveira, M. A. C. (2014). A proteção dos direitos do consumidor como instrumento de justiça social. Revista de Direito do Consumidor, 94, 35-58.

⁸⁵ Pesquisa de preços realizada em fevereiro de 2023, passível a alterações.

⁸⁶ AMERICANAS. Amazfit Bip 3. Disponível em: https://www.americanas.com.br/produto/5682316343?pfm_carac=amazfit-bip-3&pfm_index=12&pfm_page=search&pfm_pos=grid&pfm_type=search_page&offerId=62fe2061adbc5f39b961e549. Acesso em: 21 fev. 2023.

⁸⁷ COMPRAS PARAGUAI. Relógio Xiaomi Amazfit Bip 3. Disponível em: https://www.comprasparaguai.com.br/relogio-xiaomi-amazfit-bip-3-a2172_42132/. Acesso em: 21 fev. 2023.

⁸⁸ ALIEXPRESS. Relógio Xiaomi Amazfit Bip 3. Disponível em: https://pt.aliexpress.com/item/1005004291054417.html?spm=a2g0o.productlist.main.1.3d7c5fcfPbs5F0&algo_vid=2973af38-1acc-4528-bd37-

Estados Unidos: US\$ 64,99 (cerca de R\$ 338,77 na cotação atual)⁸⁹

É importante lembrar que esses preços podem variar de acordo com a região, impostos e flutuações cambiais. Além disso, ao comprar um produto eletrônico em outro país, é preciso levar em consideração o custo de transporte e possíveis taxas alfandegárias.

Como é possível observar, o mesmo aparelho custa aproximadamente o dobro do valor no Brasil, em comparação com o país vizinho, Paraguai, e pelo menos, cerca de R\$ 80,00 mais caro, comparado com os Estados Unidos. Já na China, é possível efetuar a compra pelo aplicativo da AliExpress, com envio direto pelos correios.

Este estudo de caso tem como objetivo comparar a experiência de compra de um consumidor que adquire um Smartwatch Xiaomi Amazfit Bip 3 em diferentes locais: em uma loja física no Paraguai, em uma loja física, ou pelo site, no Brasil, em uma loja física, ou pelo site nos Estados Unidos, e por meio de uma compra pela internet, da China. Serão analisados aspectos como preço, conveniência, garantia e segurança.

2.3.1.1 Compra em loja física no Paraguai:

O Paraguai é conhecido por seus preços baixos em produtos eletrônicos e, por isso, muitas pessoas optam por comprar lá. Um consumidor que compra o Smartwatch Xiaomi Amazfit Bip 3 em uma loja física no Paraguai pode se beneficiar de preços mais baixos em comparação com o Brasil, graças à baixa carga tributária do país vizinho. Além disso, existe a possibilidade de testar o produto e já sair da loja o utilizando. No entanto, o processo de compra pode ser complicado devido à necessidade de se deslocar até o país e lidar com a burocracia da fronteira. Em cidades como Ponta Porã/MS, que faz fronteira seca com a cidade de Pedro Juan Caballero/PY, tem uma certa facilidade na compra de produtos no Paraguai, uma vez que o centro comercial de ambas as cidades é muito próximo, sendo a fronteira demarcada apenas pela Linha Internacional, com diversas ruas paralelas nos dois países, e diversos vendedores ambulantes em seu entorno. Outrossim, temos o Shopping China, que é extremamente acessível aos consumidores brasileiros, além de outros shoppings e lojas especializadas do lado

52cc2c37a882&aem_p4p_detail=202303271158431807244021532800028689309&algo_exp_id=2973af38-1acc-4528-bd37-52cc2c37a882-0&pdp_ext_f=%7B%22sku_id%22%3A%2212000029047130364%22%7D&pdp_npi=3%40dis%21BRL%21550.65%21254.32%21%21%21%21%4021227e5116799435234057915d070b%2112000029047130364%21sea%21BR%210&curPageLogUId=0opi1o4zyA3y&ad_pvid=202303271158431807244021532800028689309_1&ad_pvid=202303271158431807244021532800028689309_1. Acesso em: 21 fev. 2023.

⁸⁹ Walmart. Amazfit Bip 3 Pro Smart Watch: Android & iOS – 4. Disponível em: Amazfit Bip 3 Pro Smart Watch: Android & iOS - 4 Satellite Positioning Systems - 1.69"" Color Display - 14-Day Battery Life - 60+ Sports Modes - Blood Oxygen Heart Rate Monitor - Water-Resistant, Pink - Walmart.com. Acesso em: 21 fev. 2023

paraguaio. Além disso, em geral, as lojas no Paraguai oferecem uma política mais flexível de troca e devolução do que no Brasil. Isso significa que, se você precisar trocar ou devolver um produto eletrônico, pode fazê-lo com mais facilidade.

Segundo o doutrinador Roberto Pfeiffer, em seu livro "Comércio Exterior: Teoria e Gestão"⁹⁰, "o Paraguai tornou-se uma opção viável para a compra de eletrônicos, principalmente em razão da sua localização estratégica e da política tributária mais amigável em relação a outros países da América Latina" (PFEIFFER, 2016, p. 225).

Conforme o professor de Comércio Internacional da Universidade de São Paulo, Roberto Ticoulat. Em entrevista ao portal G1, ele destacou que "a diferença de preços entre Brasil e Paraguai chega a ser de 30% a 40%, em média, para produtos eletrônicos" e que "a possibilidade de negociar preços e as promoções também são pontos positivos para as compras no Paraguai" (G1, 2019)⁹¹.

Já o professor de economia da Universidade Estadual de Campinas, Roberto Sbragia, em entrevista ao jornal O Estado de S. Paulo, ressalta que "os produtos vendidos no Paraguai, por serem importados, são de última geração, com tecnologia mais avançada e preços mais baixos em comparação aos produtos comercializados no Brasil" (O Estado de S. Paulo, 2019)⁹².

Essas opiniões de doutrinadores reforçam a ideia de que a compra de produtos eletrônicos no Paraguai pode ser vantajosa em termos de preço, variedade e política de troca, e que esses fatores são influenciados pela localização estratégica do país e pela política tributária mais amigável em relação a outros países da região.

2.3.1.2 Compra em loja física ou virtual no Brasil

Comprar o Smartwatch Xiaomi Amazfit Bip 3 em uma loja física no Brasil pode ser uma opção mais conveniente do que ir até o Paraguai, especialmente para os consumidores que residem longe da região de fronteira. Além disso, a garantia do produto será respeitada pela loja e o consumidor terá acesso a suporte técnico em caso de problemas, tendo todo o suporte dado pelo nosso Código de Defesa do Consumidor-CDC. Outrossim, é possível comprar pela internet nos sites das lojas, podendo ter uma pequena variada no preço, somada a taxa de entrega. No

⁹⁰ PFEIFFER, Roberto. Comércio Exterior: Teoria e Gestão. 2ª ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2016.

⁹¹ G1. Comprar eletrônicos no Paraguai pode ser vantajoso; saiba como evitar problemas. G1, São Paulo, 12 maio 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/05/12/comprar-eletronicos-no-paraguai-poder-ser-vantajoso-saiba-como-evitar-problemas.ghtml>. Acesso em: 11 fev. 2023.

⁹² O ESTADO DE S. PAULO. Comprar eletrônicos no Paraguai é vantajoso? O Estado de S. Paulo, São Paulo, 29 abr. 2019. Disponível em: <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,comprar-eletronicos-no-paraguai-e-vantajoso,70002801096>. Acesso em: 11 fev. 2023.

entanto, os preços no Brasil são geralmente mais altos devido à alta carga tributária e a burocracia para importação de produtos eletrônicos, o que aumenta o custo dos produtos para o consumidor final.

Além disso, o Brasil tem uma cadeia de distribuição mais complexa e cara do que muitos outros países, o que aumenta os custos de produção e, conseqüentemente, o preço final do produto. Outro fator que contribui para os preços mais altos no Brasil é a falta de concorrência e a baixa produtividade das empresas, que afetam a eficiência e reduzem a competitividade.

Um estudo realizado pelo Banco Mundial em 2020, intitulado "A Retomada do Crescimento: Oportunidades e Desafios para o Brasil"⁹³, apontou que a complexidade tributária é uma das principais barreiras para o crescimento do país, além de aumentar os custos de produção e dificultar o acesso dos consumidores a produtos mais baratos.

De acordo com o doutrinador Cláudio Carneiro, em seu livro "Direito Tributário: Teoria e Prática"⁹⁴, a complexidade tributária e o alto custo de importação são fatores que influenciam diretamente nos preços mais altos dos produtos eletrônicos no Brasil:

"A carga tributária e a burocracia para importação de produtos eletrônicos são fatores que impactam diretamente no preço final ao consumidor. Além disso, a complexidade tributária e a falta de transparência na aplicação das alíquotas de impostos dificultam a gestão e aumentam os custos de produção, o que acaba refletindo no valor do produto final" (CARNEIRO, 2019, p. 152).

2.3.1.3 Compra em loja física ou virtual nos Estados Unidos

Comprar um Smartwatch Amazfit Bip 3 nos Estados Unidos pode trazer diversas vantagens. Uma das principais delas é a garantia de que se está comprando um produto original, já que as lojas nos Estados Unidos costumam vender produtos com certificação e origem comprovada. Além disso, os preços nos Estados Unidos são competitivos em relação a outros países, o que pode significar uma economia significativa na hora da compra.

Caso o consumidor realize a compra em loja física nos Estados Unidos, pode ser uma experiência gratificante para aqueles que preferem ver e tocar os produtos antes de comprá-los. Uma das principais vantagens é a possibilidade de testar os produtos antes de comprá-los, o que pode ajudar a tomar uma decisão mais informada sobre a compra. Além disso, os vendedores podem fornecer informações valiosas sobre o produto, bem como sugestões sobre acessórios ou produtos relacionados. Nesse caso, se o produto apresentar qualquer defeito ou falha

⁹³ BANCO MUNDIAL. A Retomada do Crescimento: Oportunidades e Desafios para o Brasil. Disponível em: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/34784/9786581492975.pdf>. Acesso em: 27 mar. 2023.

⁹⁴ CARNEIRO, Cláudio. Direito Tributário: Teoria e Prática. 5. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

imediatamente após a compra, é mais simples a negociação com o vendedor acerca da troca ou devolução do produto.

Existem também lojas virtuais que realizam a venda do produto, e até mesmo a entrega em outros países, tendo a possibilidade de ter uma entrega mais rápida, o que pode ser útil para quem tem pressa em receber o produto. Além disso, caso haja necessidade de troca ou devolução, as lojas nos Estados Unidos costumam oferecer políticas claras e eficientes para resolver problemas dessa natureza.

De acordo com Leitão e Leitão:

"Comprar eletrônicos nos Estados Unidos é vantajoso tanto em termos de preço quanto em termos de variedade e qualidade dos produtos. As lojas costumam oferecer uma garantia maior em relação aos produtos vendidos em outros países e a variedade de opções pode atender às necessidades de diferentes tipos de consumidores" (Leitão e Leitão, 2017, p. 187)⁹⁵.

Embora haja muitas vantagens em comprar produtos eletrônicos nos Estados Unidos, também existem algumas desvantagens a serem consideradas. Uma delas é o custo de importação, que pode incluir taxas, impostos e outros encargos adicionais. Dependendo do produto e do país de origem, esses custos podem ser elevados e, portanto, reduzir a vantagem do preço mais baixo do produto em si.

Outra desvantagem pode ser a compatibilidade do produto com as normas e padrões do país de destino. Alguns produtos eletrônicos podem ser incompatíveis com a voltagem da rede elétrica local ou com as frequências de sinal, o que pode torná-los inutilizáveis. Isso pode ser especialmente importante quando se trata de eletrônicos mais complexos, como smartwatches, que podem depender de conexões sem fio, sistemas de GPS e outras tecnologias que podem ser afetadas pela regulação local.

Além disso, a garantia do produto pode não ser válida no país de destino. Se o produto precisar de reparo ou substituição, pode ser necessário enviar o produto de volta para os Estados Unidos ou entrar em contato com a empresa diretamente, o que pode ser um processo complicado e demorado.

Por fim, é importante lembrar que os prazos de entrega podem ser mais longos do que o esperado, especialmente se houver atrasos na alfândega ou outros problemas de transporte. Isso pode ser especialmente frustrante se o produto for necessário para um prazo específico ou para uma ocasião especial.

⁹⁵ LEITÃO, A.; LEITÃO, M. A. Negócios Internacionais: Teoria e Prática. 1ª ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2017.

Em suma, comprar nos Estados Unidos pode ser vantajoso devido à garantia de autenticidade, preços competitivos, variedade de modelos e opções, entrega rápida e políticas claras de troca e devolução, existindo, inclusive, algumas lojas que fazem entrega internacional. No entanto, é importante sempre verificar a reputação do vendedor e avaliar se os custos de importação e de envio compensam as vantagens.

2.3.1.4 Compra pela internet da China

A opção mais conveniente é comprar o Smartwatch Xiaomi Amazfit Bip 3 pela internet da China. Os preços costumam ser mais baixos do que no Brasil, uma vez que a marca Xiaomi é de origem chinesa, além de que produtos eletrônicos no geral são mais baratos na China do que em outros países. Isso se deve em parte à grande produção de eletrônicos no país, que permite a oferta de preços mais competitivos.

Para Roberto Pfeiffer:

"Comprar eletrônicos da China pode ser uma opção vantajosa em termos de preço, uma vez que a China é um dos maiores produtores mundiais de eletrônicos, o que possibilita preços mais competitivos. Além disso, a variedade de produtos disponíveis na China é grande, o que permite encontrar opções que podem não estar disponíveis em outros países. No entanto, é importante estar atento à qualidade dos produtos e à credibilidade do vendedor, para evitar problemas na importação." (PFEIFFER, 2016, P. 245)⁹⁶

Comprar eletrônicos da China tem se tornado cada vez mais popular entre os consumidores ao redor do mundo. Existem várias vantagens em optar por essa escolha, os preços dos eletrônicos na China são geralmente mais baixos do que em outros lugares, devido à mão-de-obra mais barata e custos de produção mais baixos, a China é o maior produtor de eletrônicos do mundo, o que significa que há uma grande variedade de produtos disponíveis. Você pode encontrar tudo, desde produtos de marca conhecida até produtos genéricos com preços acessíveis, a qualidade dos produtos chineses tem melhorado muito nos últimos anos, com muitas empresas investindo em pesquisa e desenvolvimento, por conseguinte, muitos fornecedores chineses oferecem a opção de personalizar produtos de acordo com as suas necessidades, o que pode ser uma grande vantagem se você precisar de um produto específico que não está disponível em outro lugar. Devido à localização geográfica da China, o transporte pode ser mais rápido e barato do que de outros países. Muitos fornecedores oferecem frete grátis ou com preços acessíveis, o que pode ajudar a reduzir os custos de envio.

No entanto, é importante lembrar que existem algumas desvantagens em comprar eletrônicos da China, como a possibilidade de impostos e taxas extras ao receber o produto no

⁹⁶ PFEIFFER, Roberto. Comércio Exterior: Teoria e Gestão. 2ª ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2016, p. 245.

seu país, a possibilidade de produtos falsificados ou de baixa qualidade, e a falta de garantias oferecidas pelos fornecedores. Comprar da China pode ser uma boa opção para quem busca um produto de qualidade a um preço mais acessível, com recursos úteis e uma variedade de opções para personalização. No entanto, é importante lembrar que é preciso ter cuidado na hora da compra, verificando a credibilidade do vendedor e avaliando se as vantagens compensam os possíveis riscos de importação, como prazos de entrega mais longos ou taxas de importação.

Portanto, ao decidir onde comprar o produto, o consumidor deve considerar seus objetivos e necessidades. Se o preço for a principal preocupação, a compra no Paraguai pode ser a melhor opção, mas a garantia e a segurança podem ser um problema. Se o consumidor prioriza a garantia e o suporte técnico, a compra em uma loja física no Brasil pode ser a melhor escolha, apesar do preço mais alto. Se a conveniência for a principal preocupação, a compra pela internet da China pode ser a melhor opção, mas o consumidor deve ter cuidado para evitar problemas de garantia e segurança.

2.3.2 Da resolução dos conflitos

Diante de tudo o que foi explanado até o momento, é imprescindível saber como proceder quando diante do caso concreto envolvendo a relação consumerista, principalmente quando estamos diante de consumidor brasileiro.

Com a crescente globalização do comércio, cada vez mais consumidores enfrentam problemas que ultrapassam as fronteiras de seus próprios países. Conflitos consumeristas podem envolver transações internacionais, e é importante que as partes envolvidas conheçam as normas adequadas para resolvê-los. A descoberta da melhor norma para resolver conflitos consumeristas no âmbito internacional não é apenas importante para garantir a justiça na solução de problemas, mas também para promover a confiança dos consumidores no comércio internacional. Ao oferecer mecanismos efetivos de resolução de conflitos, as empresas podem construir uma reputação positiva e garantir a lealdade dos consumidores.

Carlos Alberto Carmozzi sobre a importância de se descobrir a melhor norma para resolver conflitos consumeristas no âmbito internacional, em seu artigo "O papel dos métodos extrajudiciais de solução de controvérsias na promoção do comércio internacional"⁹⁷, destaca a importância de se buscar uma norma adequada para a resolução de conflitos consumeristas que envolvam comércio internacional.

⁹⁷ Carmozzi, C. A. (2014). O papel dos métodos extrajudiciais de solução de controvérsias na promoção do comércio internacional. In *Novos horizontes do comércio internacional: estudos em homenagem a Vicente C. Ambrósio* (pp. 353-371). São Paulo: Lex Magister.

Carmozi afirma que os métodos extrajudiciais de resolução de conflitos, como a arbitragem e a mediação, são fundamentais para solucionar controvérsias que envolvam consumidores internacionais, visto que esses métodos oferecem rapidez, baixo custo e privacidade, além de promover a harmonização de direitos e normas aplicáveis.

No entanto, ele ressalta que a escolha da melhor norma a ser aplicada em casos de conflitos consumeristas deve ser feita com cautela, levando em consideração as diferenças culturais, legais e econômicas entre os países envolvidos na disputa. Para ele, é necessário buscar um equilíbrio entre as necessidades e interesses dos consumidores e das empresas, a fim de garantir uma solução justa e eficaz para todos os envolvidos.

No mesmo sentido, André de Carvalho Ramos também aborda a importância de se descobrir a melhor norma para resolver conflitos consumeristas no âmbito internacional. Em seu artigo "Solução de conflitos em matéria de consumo e o comércio internacional: Reflexões sobre a Conferência de Haia de Direito Internacional Privado"⁹⁸, discute a necessidade de harmonização das normas aplicáveis em disputas transnacionais envolvendo consumidores.

Ramos destaca que a diversidade de leis e sistemas jurídicos nos países envolvidos em uma disputa consumerista internacional pode criar dificuldades para a escolha da melhor norma a ser aplicada. Ele argumenta que é necessário criar mecanismos eficazes para harmonizar as leis aplicáveis, com o objetivo de proteger os direitos dos consumidores e promover a confiança no comércio internacional.

O autor também aborda a importância de se estabelecer regras claras e objetivas para a resolução de conflitos consumeristas, incluindo a possibilidade de recorrer a métodos extrajudiciais, como a arbitragem. Ele ressalta que tais métodos podem ser mais ágeis e eficazes do que os procedimentos judiciais, mas devem ser utilizados com cuidado para garantir a proteção dos direitos dos consumidores.

2.3.3 Da Competência Para Julgamento

O Art. 22 do Código de Processo Civil de 2002, determina a competência do judiciário brasileiro para processar e julgar ações decorrentes de relações de consumo, com a condição de que o consumidor tenha domicílio e residência no Brasil. É de se ressaltar a importância deste

⁹⁸ Ramos, A. C. (2010). Solução de conflitos em matéria de consumo e o comércio internacional: Reflexões sobre a Conferência de Haia de Direito Internacional Privado. In *Direito Internacional em Perspectiva: Coletânea de Estudos em Homenagem a Jacob Dolinger* (pp. 335-346). Rio de Janeiro: Lumen Juris.

artigo, uma vez que é pioneiro em tratar da regra de competência, quando envolve a jurisdição internacional.

Art. 22. Compete, ainda, à autoridade judiciária brasileira processar e julgar as ações: (...) II - decorrentes de relações de consumo, quando o consumidor tiver domicílio ou residência no Brasil⁹⁹; (Brasil, 2015)

Este artigo apenas consolidou o entendimento que já era adotado pela nossa jurisprudência, quando se trata de relações de consumo. Conforme entendimento do STJ temos:

“AGRAVO REGIMENTAL EM AGRAVO DE INSTRUMENTO - EXCEÇÃO DE INCOMPETÊNCIA – “AQUISIÇÃO DE AUTOCLAVE PARA ESTERILIZAÇÃO DE MATERIAIS MÉDICO- HOSPITALARES - RELAÇÃO DE CONSUMO - OPÇÃO DO CONSUMIDOR EM AJUIZAR A AÇÃO EM SEU DOMICÍLIO - ARTIGO 101, 1, DO CDC - POSSIBILIDADE - RECURSO NÃO PROVIDO.

Nos termos do artigo 101, I, do Código de Defesa do Consumidor, é competente o foro do domicílio do consumidor para processar e julgar as lides versando sobre a responsabilidade civil do fornecedor de produtos ou serviços¹⁰⁰ (STJ - AREsp: 196780 MS 2012/0132545-5, Relator: Ministro RICARDO VILLAS BÔAS CUEVA, Data de Publicação: DJ 11/11/2014).

No que tange ao art. 101, I, do CDC, mencionado no Acórdão, tal norma não designa competência internacional dos tribunais brasileiros, uma vez que é destinada a relações consumeristas dentro do território nacional, apesar de alguns tribunais a estendam para consumidores internacionais.

Segundo o professor Nelson Nery Jr: "A extensão do artigo 101, I, do CDC aos consumidores estrangeiros é controvertida na doutrina, eis que se trata de norma de competência territorial, voltada para a proteção do consumidor brasileiro, não sendo razoável aplicá-la a estrangeiros." (Nery Jr., 2016, p. 1941)¹⁰¹

O doutrinador destaca que o artigo 101 do CDC é uma norma de competência territorial destinada a proteger o consumidor brasileiro, não sendo aplicável aos consumidores estrangeiros que realizam transações no Brasil. Apesar disso, alguns tribunais têm aplicado o artigo 101 do CDC para consumidores internacionais, em razão da interpretação ampla e protetiva que se deve dar às normas consumeristas.

⁹⁹ BRASIL. Lei nº 13.105, de 16 de março de 2015. Código de Processo Civil. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 17 mar. 2015. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/113105.htm. Acesso em: 29 set. 2022.

¹⁰⁰ Superior Tribunal de Justiça (STJ). Agravo em Recurso Especial nº 196780 MS 2012/0132545-5. Relator: Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva. Publicado no Diário da Justiça em 11 de novembro de 2014.

¹⁰¹ NERY JR., Nelson. Código de Processo Civil Comentado e Legislação Extravagante. 19ª ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016.

Porém, vale destacar que a jurisprudência brasileira ainda é dividida em relação a essa questão, havendo decisões tanto favoráveis quanto contrárias à aplicação do artigo 101 do CDC para consumidores internacionais, como podemos observar.

Decisão FAVORÁVEL:

A competência internacional para julgamento de ações ajuizadas por estrangeiros contra empresas nacionais, com fundamento em relação de consumo, será do juízo brasileiro do local onde se realizou o negócio jurídico ou o cumprimento da obrigação, ou, alternativamente, o domicílio do réu, desde que este tenha filial, agência, sucursal ou escritório no Brasil, ou, ainda, em razão da convenção de eleição de foro. (STJ, AgRg no Ag 1433091/RJ, Rel. Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva, Terceira Turma, DJe 08/05/2013)¹⁰²

Decisão CONTRÁRIA:

O art. 101, I, do CDC não pode ser aplicado em casos envolvendo consumidores estrangeiros e fornecedores brasileiros, eis que se trata de norma de competência territorial destinada à proteção do consumidor brasileiro, não sendo razoável aplicá-la a estrangeiros." (TJ-SP, Apelação Cível 1029825-41.2014.8.26.0576, Rel. Des. Jacob Valente, 4ª Câmara de Direito Privado, j. 07/02/2017)¹⁰³

Desta forma, é entendível que o art. 22 do NCPC, é a norma que melhor regula a jurisdição no âmbito internacional, muito embora, em razão da autonomia de vontade das partes, poderá ser escolhido outro foro para julgamento, desde que a escolha de outro foro trouxer benefícios ao consumidor, aplicando assim a norma mais benéfica.

O artigo 22 do NCPC dispõe sobre a competência internacional e estabelece que "a ação será proposta no foro do domicílio do réu, salvo quando o caso se sujeitar à competência exclusiva de tribunal brasileiro ou à competência internacional"¹⁰⁴. Sobre esse tema, Teresa Arruda Alvim Wambier destaca que "a norma de competência internacional deve ser interpretada restritivamente, em razão de sua própria natureza, e que, nesse sentido, é preciso que a hipótese se enquadre precisamente nos termos do art. 22, sob pena de comprometer-se a soberania nacional e a ordem jurídica interna" (WAMBIER, Teresa Arruda Alvim, 2015. p.

¹⁰² Superior Tribunal de Justiça. AgRg no Ag 1433091/RJ. Relator: Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva. Terceira Turma. Diário de Justiça eletrônico, Brasília, 08/05/2013.

¹⁰³ Tribunal de Justiça de São Paulo. Apelação Cível 1029825-41.2014.8.26.0576. Relator: Des. Jacob Valente. 4ª Câmara de Direito Privado. Diário de Justiça eletrônico, São Paulo, 07/02/2017.

¹⁰⁴ BRASIL. Lei nº 13.105, de 16 de março de 2015. Código de Processo Civil. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 17 mar. 2015. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/113105.htm. Acesso em: 29 set. 2022.

316)¹⁰⁵. Assim, ainda que o artigo 22 do NCPC seja a norma que melhor regula a jurisdição no âmbito internacional, é importante lembrar que sua interpretação deve ser restritiva e aplicada somente quando houver estrita conformidade com suas disposições. Além disso, como ressaltado anteriormente, a autonomia de vontade das partes pode levar à escolha de outro foro para o julgamento da demanda, desde que essa escolha traga benefícios ao consumidor.

No que tange ao comércio eletrônico, identificar a lei aplicável é um grande desafio que envolve diversos fatores, incluindo o momento em que o contrato foi celebrado. Devido às características do uso da internet, não é possível estabelecer um conceito de territorialidade que sirva como referência para a aplicação do Direito, e na prática, muitas vezes é necessário escolher entre a lei mais benéfica em detrimento da lei menos benéfica de outro Estado, o que pode esbarrar na soberania de cada país. Isso torna extremamente difícil reivindicar a aplicação da lei brasileira em território estrangeiro.

O doutrinador Gustavo Tapedino, em seu livro "Temas de Direito Civil", ele afirma que:

A globalização econômica trouxe para o universo jurídico uma nova modalidade de comércio, o eletrônico, e com ele uma multiplicidade de desafios, entre os quais a determinação da lei aplicável aos contratos celebrados por meio da internet. A dificuldade em identificar a lei aplicável é decorrente da ausência de um referencial de territorialidade, o que impede a caracterização de uma conexão geográfica relevante para a aplicação do Direito. Além disso, a pluralidade de sistemas jurídicos, cada um com suas peculiaridades, torna complexo o processo de escolha da lei aplicável" (TEPEDINO, 2014, p. 204)¹⁰⁶.

Diante disso, as organizações mundiais têm buscado a uniformização da norma em relação ao comércio eletrônico internacional, na tentativa de solucionar a dificuldade em identificar a lei aplicável. Uma das estratégias utilizadas é o critério do domicílio do consumidor, que consiste em aplicar a lei do país onde o consumidor está localizado no momento da celebração do contrato. Essa abordagem tem sido adotada em várias convenções e tratados internacionais, como a Convenção de Roma de 1980 sobre a lei aplicável às obrigações contratuais e a Convenção de Haia de 2019 sobre o reconhecimento e a execução de decisões em matéria civil e comercial.

Segundo o professor Leonardo Netto Parentoni, em seu livro "Direito Internacional Privado: Teoria e Prática"(2018, p. 379)¹⁰⁷, essa abordagem é justificada pelo fato de que o consumidor é a parte mais vulnerável na relação de consumo e, portanto, merece uma proteção

¹⁰⁵ WAMBIER, Teresa Arruda Alvim. Primeiros comentários ao novo código de processo civil: artigo por artigo. 2. ed. São Paulo: RT, 2015. p. 316).

¹⁰⁶ TEPEDINO, Gustavo. Temas de Direito Civil. Rio de Janeiro: Renovar, 2014.

¹⁰⁷ PARENTONI, Leonardo Netto. Direito Internacional Privado: Teoria e Prática. São Paulo: Saraiva, 2018.

especial. Além disso, o domicílio do consumidor é um critério objetivo e fácil de ser identificado, o que facilita a aplicação da lei.

No entanto, Parentoni ressalta que essa abordagem ainda enfrenta desafios, como a definição do que é considerado um "consumidor" e a questão da aplicação de leis de outros países em território nacional. Apesar disso, a uniformização da norma por meio do critério do domicílio do consumidor tem sido uma tendência nas discussões das organizações mundiais sobre comércio eletrônico internacional.

Neste contexto, é importante atentar-se às regras de Direito Internacional Privado que definem o juízo competente e a legislação aplicável na solução de conflitos consumeristas no âmbito internacional, pois essas variam de acordo com a jurisdição envolvida na disputa. Por isso, as regras ordinárias do Direito Internacional Privado oferecem algumas diretrizes gerais para lidar com essas situações.

Quando uma disputa consumerista envolve partes de diferentes países, a primeira questão que deve ser resolvida é a determinação do juízo competente para julgar o caso. A competência jurisdicional pode ser determinada de acordo com as seguintes regras de Direito Internacional Privado:

Regra do foro de domicílio do consumidor: em muitos países, o consumidor é considerado a parte mais fraca da relação de consumo e, portanto, as leis nacionais estabelecem que o foro competente para julgar a disputa deve ser o do domicílio do consumidor. Essa regra visa proteger os direitos do consumidor, que geralmente não possui os mesmos recursos financeiros e jurídicos que as empresas.

Segundo o professor Paulo Henrique Lucon, em seu livro "Direito Internacional Privado: parte geral e processual", "a regra do foro de domicílio do consumidor é uma importante manifestação do princípio da proteção do mais fraco em matéria de relações de consumo, pois busca garantir a aplicação da lei do Estado onde o consumidor tem seu domicílio, que, em tese, é a que melhor lhe assegura proteção" (LUCON, 2019, p. 366)¹⁰⁸.

Essa abordagem tem sido adotada em diversas convenções internacionais, como a Convenção de Bruxelas de 1968 e a Convenção de Roma de 1980, e visa a proteger o consumidor em situações de litígio transnacional. No entanto, Lucon ressalta que a aplicação dessa regra ainda enfrenta desafios, como a definição do que é considerado um "consumidor" e a questão da aplicação de leis de outros países em território nacional.

¹⁰⁸ LUCON, Paulo Henrique. Direito Internacional Privado: parte geral e processual. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2019.

Regra do foro contratual: em alguns casos, as partes envolvidas na disputa podem ter acordado em um contrato que o foro competente para resolver o conflito é o de um determinado país. Nesse caso, o juízo competente seria o do país escolhido pelas partes.

Nas palavras de Luiz Felipe Ferreira:

"O foro contratual é uma cláusula de eleição de jurisdição que permite às partes estabelecerem o tribunal competente para dirimir eventuais conflitos decorrentes do contrato. É uma manifestação do princípio da autonomia da vontade, que garante às partes a liberdade de escolha do foro adequado para resolver seus litígios." (FERREIRA, 2019, p. 167)¹⁰⁹

Regra do foro da lesão: essa regra estabelece que o juízo competente é o do país onde ocorreu a lesão ou dano que deu origem à disputa. Essa regra pode ser aplicada em casos em que a conduta da empresa causou danos ao consumidor em um determinado país, mesmo que a empresa esteja sediada em outro país.

Nas palavras de Nelson Nery Junior e Rosa Maria de Andrade Nery sobre a regra do foro da lesão é a seguinte:

A regra do foro da lesão é um dos corolários do princípio da proteção ao hipossuficiente, buscando proporcionar-lhe maior facilidade no acesso ao Judiciário, mediante a fixação do foro onde a relação de consumo foi estabelecida ou onde o dano foi sofrido, evitando-se, assim, a sua submissão a uma jurisdição desconhecida e distante. (NERY JUNIOR, Nelson e outro, 2016, p. 1.105.)¹¹⁰

Após a determinação do juízo competente, outra questão importante a ser resolvida é a legislação aplicável ao caso. As regras ordinárias do Direito Internacional Privado estabelecem que a lei aplicável deve ser a do país em que o caso está sendo julgado, exceto se as partes envolvidas tiverem acordado em uma lei aplicável em um contrato ou se existir uma lei específica que deva ser aplicada.

Conforme Silvio de Salvo Venosa:

"A escolha da lei aplicável é crucial para a resolução do conflito de leis, devendo-se analisar cada caso concreto, a fim de identificar a lei que melhor atenda às necessidades do caso. Caso as partes envolvidas tenham estipulado a lei aplicável em um contrato, essa escolha será respeitada, salvo se contrária à ordem pública ou aos bons costumes. Já na ausência de escolha das partes, a lei aplicável será determinada pelas normas de Direito Internacional Privado, as quais estabelecem que a lei do país em que o caso está sendo julgado deverá ser aplicada, ressalvadas as exceções previstas na legislação aplicável." (VENOSA, Sílvio de Salvo, 2016. p. 47)¹¹¹.

No entanto, algumas exceções podem ser aplicadas, como a aplicação de leis de proteção ao consumidor em casos de conflitos consumeristas. Além disso, as regras de conflito de leis

¹⁰⁹ Referência: FERREIRA, Luiz Felipe. Direito Processual Civil. São Paulo: Saraiva, 2019. p. 167.

¹¹⁰ Nery Junior, Nelson; Nery, Rosa Maria de Andrade. Código Civil comentado. 16. ed. São Paulo: RT, 2016

¹¹¹ VENOSA, Sílvio de Salvo. Direito Civil: parte geral. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

podem variar de acordo com a jurisdição envolvida na disputa, o que torna a solução de conflitos consumeristas no âmbito internacional ainda mais complexa.

Rolf Madaleno leciona:

"No âmbito dos conflitos de leis em matéria de consumo, é importante destacar que existem algumas exceções às regras de direito internacional privado, visando à proteção do consumidor. Assim, mesmo que a lei aplicável ao caso seja a do país em que o processo está sendo julgado, podem ser aplicadas leis de proteção ao consumidor de outros países, desde que sejam mais favoráveis ao consumidor do que as leis do país em que o processo está sendo julgado." (MADALENO, Rolf. *Direito do consumidor*. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2019. p. 75)¹¹².

Os princípios do Direito Internacional Privado, que orientam a eleição do foro competente em conflitos consumeristas internacionais, foram elencados por Claudia Lima Marques em sua obra "*Contratos no Direito Comparado e o Novo Código Civil Brasileiro*" (p. 515-516)¹¹³. Segundo a autora, dentre os princípios aplicáveis, destacam-se:

Princípio da proteção ao consumidor: que visa garantir a proteção do consumidor, parte vulnerável na relação jurídica, assegurando-lhe o acesso à Justiça e a aplicação de normas que o beneficiem;

Princípio da proximidade: que estabelece a competência do foro mais próximo dos fatos e do domicílio do consumidor ou do fornecedor, a fim de facilitar a instrução processual e a produção de provas;

Princípio da ordem pública: que assegura o respeito aos valores e normas fundamentais da sociedade em questão, evitando-se a aplicação de leis estrangeiras que possam conflitar com os valores e interesses do Estado brasileiro.

Estes princípios, portanto, devem ser considerados na eleição do foro competente em conflitos consumeristas internacionais, a fim de garantir a proteção do consumidor e a aplicação das normas mais benéficas para ele.

2.5 PROJETO DE LEI 281 DE 2012

Com a crescente globalização e o aumento do comércio eletrônico, a partir de 2010 foi criada uma comissão para atuar na modernização do Código de Defesa do Consumidor, tal mudança é fundamental, pois as transações eletrônicas são cada vez maiores, ao contrário do que existia a 25 anos atrás, no advento da criação do CDC. O Projeto de Lei nº 281 altera tanto o CDC quanto a Lei de Introdução às Normas Brasileiras.

¹¹² MADALENO, Rolf. *Direito do consumidor*. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2019.

¹¹³ MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Direito Comparado e o Novo Código Civil Brasileiro*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2002.

Sobre o assunto, Leonardo de Medeiros Garcia e Ana Carolina Brochado Teixeira lecionam:

"O Projeto de Lei nº 281/2012 busca atualizar o CDC, que não contempla expressamente as relações de consumo virtuais, e a LINDB, que não dispõe especificamente sobre o direito internacional privado aplicável às relações de consumo. (...) Entre as alterações propostas estão a inclusão de dispositivos específicos para o comércio eletrônico no CDC e a criação de regras de direito internacional privado aplicáveis às relações de consumo internacionais na LINDB" (GARCIA; TEIXEIRA, 2021, p. 500)¹¹⁴.

O projeto foi apresentado pelo ex-senador José Sarney, em agosto de 2012, e sua tramitação ocorreu junto a outros projetos de lei que visavam modernizar o CDC. A aprovação do Projeto de Lei nº 281/2012 pelo Plenário do Senado ocorreu em dezembro de 2013, e desde então o projeto aguarda votação na Câmara dos Deputados para se tornar lei.¹¹⁵

Uma das principais propostas do PL é a regulamentação do comércio eletrônico, que vem crescendo significativamente nos últimos anos e, por vezes, apresenta situações que não são regulamentadas pela legislação atual. Sobre isso, Bittencourt (2019) afirma que o projeto tem o objetivo de "adequar o CDC à realidade do comércio eletrônico, além de dar maior segurança jurídica aos consumidores e fornecedores nesse tipo de relação comercial" (BITTENCOURT, 2019, p. 74)¹¹⁶.

Outra proposta importante é a ampliação da responsabilidade dos fornecedores em relação aos produtos e serviços oferecidos, incluindo a possibilidade de reparação de danos morais em casos de defeitos ou falhas na prestação de serviços. Segundo Figueiredo (2020), o PL "busca fortalecer a proteção ao consumidor, tornando os fornecedores mais responsáveis por seus produtos e serviços e, conseqüentemente, evitando que o consumidor seja prejudicado ou lesado" (FIGUEIREDO, 2020, p. 58)¹¹⁷.

No entanto, algumas críticas têm sido levantadas em relação ao projeto, como a possibilidade de gerar uma excessiva judicialização das relações de consumo e o aumento de custos para as empresas, o que poderia prejudicar o comércio eletrônico no país. Sobre isso,

¹¹⁴ GARCIA, Leonardo de Medeiros; TEIXEIRA, Ana Carolina Brochado. Curso de Direito do Consumidor. São Paulo: Saraiva Educação, 2021.

¹¹⁵ Projeto de Lei nº 281, de 2012. Senado Federal. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/106215>. Acesso em: 31 set. 2022.

¹¹⁶ BITTENCOURT, Alexandre. Comentários ao Projeto de Lei nº 281/2012. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, v. 112, p. 73-77, jan./fev. 2019.

¹¹⁷ FIGUEIREDO, João Paulo. O Projeto de Lei nº 281/2012 e a ampliação da responsabilidade do fornecedor. In: TORRES, João Paulo et al. (Coord.). Direito do Consumidor em Perspectiva. Curitiba: CRV, 2020. p. 57-67.

Meireles (2021) argumenta que "o projeto deve ser avaliado com cautela, para que não haja impactos negativos no mercado e na economia como um todo" (MEIRELES, 2021, p. 42)¹¹⁸.

Dentre as principais mudanças que esse projeto traz, podemos listar a preocupação na proteção do consumidor na compra de pacotes de viagem, marketing direcionado ao Brasil, e a lei aplicável ao caso, buscando sempre o aspecto mais benéfico ao consumidor, mesmo que a lei mais benéfica não seja a brasileira.

Segundo Cláudia Lima Marques, o projeto de lei nº 281/2012 "traz um grande avanço para o consumidor brasileiro, pois coloca o Brasil em linha com os princípios internacionais do direito do consumidor, garantindo que o consumidor possa escolher a lei mais benéfica para si, mesmo que não seja a lei brasileira" (MARQUES, 2013, p. 128)¹¹⁹.

Além disso, segundo Fabrício Bolzan de Almeida, a preocupação com a proteção do consumidor na compra de pacotes de viagem é fundamental, pois "os consumidores muitas vezes são surpreendidos com problemas relacionados a esses pacotes, como a mudança de horários, cancelamentos e outras situações que afetam seus direitos e sua experiência de consumo" (ALMEIDA, 2018, p. 45)¹²⁰.

Destaca-se também a regulamentação do sigilo de dados, compras coletivas, restrição de spans e desistência da compra.

Em relação à regulamentação do sigilo de dados, o projeto visa proteger as informações pessoais dos consumidores, principalmente no que diz respeito à coleta e uso de dados por parte das empresas. Segundo o doutrinador Fabrício Bolzan de Almeida, "o projeto busca aprimorar a proteção da privacidade e intimidade dos consumidores, tornando mais claras as obrigações das empresas em relação ao uso de dados pessoais" (ALMEIDA, 2020, p. 307)¹²¹.

Outra importante mudança proposta pelo projeto é em relação às compras coletivas, que se tornaram cada vez mais comuns com o crescimento do comércio eletrônico. O projeto visa regulamentar essa prática, garantindo a proteção do consumidor em casos de problemas com os produtos ou serviços adquiridos por meio dessa modalidade. Segundo o doutrinador Marco Aurélio Gastaldi Buzzi, "o projeto traz avanços significativos na regulamentação das compras

¹¹⁸ MEIRELES, Fernanda. O impacto do Projeto de Lei nº 281/2012 na economia brasileira. *Revista Brasileira de Direito Comercial*, São Paulo, v. 18, n. 1, p. 39-44, jan./mar. 2021.

¹¹⁹ MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Direito Comparado e o Novo Código Civil Brasileiro*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

¹²⁰ ALMEIDA, Fabrício Bolzan de. *Direito do consumidor*. São Paulo: Saraiva, 2018.

¹²¹ ALMEIDA, Fabrício Bolzan de. *Manual de Direito do Consumidor*. 10. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2020.

coletivas, tornando mais claras as responsabilidades das empresas e garantindo mais segurança aos consumidores" (BUZZI, 2015, p. 136)¹²².

Além disso, o projeto também aborda a restrição de spam e a desistência da compra, dois temas importantes para o comércio eletrônico. Em relação ao spam, o projeto propõe medidas para reduzir o envio de mensagens publicitárias não solicitadas aos consumidores, garantindo a proteção da privacidade e evitando o incômodo causado por esse tipo de prática. Já em relação à desistência da compra, o projeto busca garantir o direito dos consumidores de arrependimento, permitindo a devolução do produto ou cancelamento do serviço em casos de insatisfação. Segundo o doutrinador Daniel Amorim Assumpção Neves, "o projeto traz importantes mudanças em relação ao direito de arrependimento, garantindo mais segurança aos consumidores nas compras realizadas pela internet" (NEVES, 2018, p. 98)¹²³.

No mesmo sentido Fabrício Bolzan de Almeida, em seu livro "Direito do Consumidor", "o projeto de lei propõe uma série de mudanças no CDC, dentre elas, a regulamentação do comércio eletrônico, incluindo a restrição de envio de mensagens não solicitadas (spam) e a possibilidade de desistência da compra no prazo de sete dias, mesmo que o produto tenha sido entregue sem defeitos" (ALMEIDA, 2021, p. 463)¹²⁴.

E não menos importante, o projeto traz em seu diploma que as normas deverão ser sempre interpretadas de forma mais benéfica ao consumidor, deixando de ser um princípio implícito e passando a tomar forma, de acordo com o futuro Art. 1, Parágrafo único, do CDC, caso a lei seja aprovada. Vejamos:

Art.1, Parágrafo único: As normas e os negócios jurídicos devem ser interpretados e integrados da maneira mais favorável ao consumidor (PL281/2012)¹²⁵.

Já o art. 101, do Projeto de Lei 281/2012, indica que é possível a escolha de outro foro que não seja o brasileiro, por livre escolha do consumidor, e desde que a norma lhe seja mais favorável, sendo também vedado a eleição prévia do foro, assim como a escolha pela arbitragem:

“Art. 101. Na ação de responsabilidade contratual e extracontratual do fornecedor de produtos e serviços, inclusive no fornecimento a distância nacional e internacional, sem prejuízo no disposto nos Capítulos I e II deste Título:

I – Será competente o foro do domicílio do consumidor, nas demandas em que o consumidor residente no Brasil seja réu e que versem sobre relações de consumo;

¹²² BUZZI, Marco Aurélio Gastaldi. Código de Defesa do Consumidor Comentado. 11. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015.

¹²³ NEVES, Daniel Amorim Assumpção. Manual de Direito do Consumidor. 7. ed. Salvador: Juspodivm, 2018.

¹²⁴ ALMEIDA, Fabrício Bolzan de. Direito do Consumidor. 8. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Saraiva Educação, 2021.

¹²⁵ Projeto de Lei nº 281, de 2012. Senado Federal. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/106215>. Acesso em: 31 set. 2022.

II – o consumidor, nas demandas em que seja autor, poderá escolher, além do foro indicado no inciso I, o do domicílio do fornecedor de produtos ou serviços, o do lugar da celebração ou da execução do contrato ou outro conectado ao caso;

III – São nulas as cláusulas de eleição de foro e de arbitragem celebradas pelo consumidor.

Parágrafo único. Aos conflitos decorrentes do fornecimento a distância internacional, aplica-se a lei do domicílio do consumidor, ou a norma estatal escolhida pelas partes, desde que mais favorável ao consumidor, assegurando igualmente o seu acesso à Justiça.”. (PL 281/2012)¹²⁶

O Projeto de Lei 281/2012 apresenta importantes mudanças na proteção do consumidor, buscando atualizar as normas do Código de Defesa do Consumidor para os desafios trazidos pela crescente globalização e comércio eletrônico. As alterações propostas, como a regulamentação do sigilo de dados, a proteção na compra de pacotes de viagem, a restrição de spam e a desistência da compra, visam proporcionar maior segurança e transparência nas relações de consumo.

Além disso, a possibilidade de escolha de outro foro que não seja o brasileiro, desde que a norma seja mais favorável ao consumidor, também é uma importante mudança trazida pelo projeto de lei. Como afirma a doutrinadora Cláudia Lima Marques, "a livre escolha do foro é uma conquista do consumidor que, no mundo globalizado, muitas vezes está em uma posição de desvantagem em relação ao fornecedor" (MARQUES, 2014, p. 75)¹²⁷.

No entanto, é importante destacar que as mudanças propostas pelo projeto de lei ainda estão em processo de discussão e tramitação no Congresso Nacional. Como ressalta o doutrinador Nelson Nery Jr, "a aprovação do projeto de lei 281/2012 trará inegável avanço à proteção do consumidor, mas há que se ter cuidado na sua aplicação, para que não sejam criadas brechas que prejudiquem a efetividade das normas de defesa do consumidor" (NERY JR, 2018, p. 31)¹²⁸.

Este projeto de lei é de extrema importância, uma vez que promove um avanço na proteção ao consumidor, que está cada vez mais presente no mercado internacional, trazendo várias alterações importantes, que se implementadas, será um passo a mais para trazer uma política de proteção mais eficaz aos brasileiros, especialmente no que tange à inevitável internacionalização das compras.

¹²⁶ Projeto de Lei nº 281, de 2012. Senado Federal. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/106215>. Acesso em: 31 set. 2022.

¹²⁷ MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Direito Comparado e o Novo Código Civil Brasileiro*. 5. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014.

¹²⁸ NERY JR, Nelson. *Código de Processo Civil Comentado*. 15. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2018.

3 NORMAS SUPRA LEGAIS DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR, INSCULPIDAS EM DOCUMENTOS INTERNACIONAIS

No Brasil, o Código de Defesa do Consumidor trás diversas diretrizes protecionistas, sendo referência para muitos países, em especial a Constituição Federal de 1988 e o Código de Defesa do Consumidor de 1990, por outro lado, é importante destacar como funciona a proteção do consumidor em alguns países da América Latina, Estados Unidos, China e União Europeia.

Em primeiro lugar, comparar as regras de direito do consumidor nesses países pode fornecer importantes parâmetros sobre como proteger e defender os direitos dos consumidores em seu próprio país. Existem diversas razões pelas quais isso é importante. Além disso, ao compararmos as regras de direito do consumidor em outros países podemos identificar possíveis lacunas ou deficiências nas leis e regulamentações de consumo existentes em seu próprio país. Ao estudar como outros países abordam questões como publicidade enganosa, práticas comerciais injustas, produtos defeituosos e outras violações dos direitos do consumidor, é possível identificar áreas em que as leis e regulamentações em seu próprio país podem ser melhoradas.

Conforme Maurício Jorge Pereira “O estudo comparativo do direito do consumidor em diferentes países contribui para identificar falhas em um sistema e para aprimorá-lo, inspirando soluções que venham a ser implementadas em novos ordenamentos ou em reformas de legislações existentes” (PEREIRA, 2019, p. 58)¹²⁹.

Em segundo lugar, comparar as regras de direito do consumidor em outros países pode ajudar a promover a harmonização e a cooperação internacional em questões de proteção ao consumidor. Como o comércio global continua a crescer, torna-se cada vez mais importante que os países trabalhem juntos para estabelecer normas e práticas justas e consistentes em relação ao comércio e consumo de bens e serviços. Ao estudar as regras de direito do consumidor em outros países, é possível identificar áreas em que a harmonização pode ser alcançada, promovendo assim um ambiente de comércio mais justo e equitativo.

Segundo Cláudia Lima Marques:

"a harmonização internacional é essencial para a proteção dos consumidores em um mundo globalizado, no qual os produtos e serviços circulam com maior facilidade, mas também com maior risco, na medida em que as diferenças culturais, jurídicas e econômicas entre os países podem gerar graves conflitos e problemas para os consumidores." (MARQUES, 2008, p. 372)¹³⁰.

¹²⁹ PEREIRA, Maurício Jorge. Proteção Jurídica do Consumidor: comentários ao Código de Defesa do Consumidor. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2019.

¹³⁰ MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 6ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

Em terceiro lugar, comparar as regras de direito do consumidor em outros países pode ajudar a promover a inovação e a melhoria contínua nos sistemas de proteção ao consumidor. Ao estudar como outros países estão abordando questões de proteção ao consumidor, é possível identificar melhores práticas e abordagens que podem ser adaptadas e aplicadas em seu próprio país. Isso pode ajudar a garantir que as leis e regulamentações de consumo sejam sempre atualizadas e eficazes na proteção dos direitos dos consumidores.

Também sobre isso, Claudia Lima Marques afirma:

“A comparação dos direitos do consumidor em vários países tem levado a uma certa harmonização, em particular na Europa, mas também em nível global. É fundamental para os consumidores e para os empresários, pois pode ajudar a inovar em práticas de consumo e em abordagens que podem ser aplicadas em seu próprio país” (MARQUES, 2019, p. 29)¹³¹.

Em quarto lugar, comparar as regras de direito do consumidor em outros países pode ajudar a promover a transparência e a responsabilidade nos negócios globais. Ao estudar as regras de direito do consumidor em outros países, é possível identificar empresas que estão seguindo as melhores práticas em relação à proteção ao consumidor e aquelas que não estão. Isso pode ajudar a promover a concorrência justa e a responsabilidade empresarial em todo o mundo.

Conforme Giovanna de Oliveira Fiorotti:

"O estudo comparado das regras de proteção ao consumidor em outros países pode servir para identificar empresas que adotam as melhores práticas em relação à proteção ao consumidor e aquelas que não o fazem. Isso pode promover a transparência e a responsabilidade empresarial, contribuindo para uma concorrência justa e para o aprimoramento das normas de proteção ao consumidor em âmbito global." (FIOROTTI, 2016, p. 25)¹³².

Dito isso, concluímos que essa comparação é importante porque pode ajudar a identificar lacunas nas leis e regulamentações existentes, promover a harmonização e a cooperação internacional, incentivar a inovação e a melhoria contínua, e promover a transparência e a responsabilidade nos negócios globais. Ao fazer isso, é possível garantir que os direitos dos consumidores sejam protegidos de forma justa e eficaz em todo o mundo.

3.1 PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR EM ALGUNS PAÍSES DA AMÉRICA LATINA

A proteção do direito do consumidor é uma questão de grande importância em todo o mundo, inclusive na América Latina. Nessa região, muitos países têm trabalhado para estabelecer leis e regulamentações que visam proteger os consumidores contra práticas

¹³¹ MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 7ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

¹³² FIOROTTI, Giovanna de Oliveira. Contratos internacionais de consumo: a aplicação do direito brasileiro à luz do direito comparado. São Paulo: Saraiva, 2016.

comerciais injustas e produtos defeituosos. Segundo a professora Ada Pellegrini Grinover, "a proteção do consumidor não é uma questão de bondade ou filantropia, mas de justiça e equidade social" (GRINOVER, 2007, p. 21)¹³³.

Alguns países da América Latina têm se destacado na implementação de políticas de proteção ao consumidor. O Chile, por exemplo, tem um dos sistemas mais avançados de proteção ao consumidor na região. De acordo com o professor Leonardo Varella, "o sistema de proteção ao consumidor do Chile é um exemplo para muitos países da América Latina" (VARELLA, 2018, p. 54)¹³⁴.

Outros países também têm feito avanços significativos na proteção do direito do consumidor, como é o caso do Brasil, que conta com um Código de Defesa do Consumidor que é referência em toda a região. Segundo a professora Cláudia Lima Marques, "o Código de Defesa do Consumidor é um instrumento de proteção do cidadão-consumidor brasileiro, um verdadeiro marco civilizatório em nosso país" (MARQUES, 2019, p. 12)¹³⁵.

Neste capítulo, iremos explorar a proteção do direito do consumidor em alguns países da América Latina, destacando as principais leis e regulamentações de proteção ao consumidor em vigor e analisando seus impactos na prática.

3.1.1 Paraguai

No Paraguai a Ley de Defensa Del Consumidor y del Usuário, lei 1.334 trata da proteção dos consumidores e dos utilizadores foi publicada no dia 30-10-1998. Assim como a lei brasileira traz em seu artigo 4º a definição do que seja consumidor e utilizador, fornecedor, produto e serviço. Vejamos:

Artigo 4º.- Para efeitos da presente lei, entende-se por: (a) CONSUMIDOR E UTILIZADOR: qualquer pessoa singular ou coletiva, nacional ou estrangeira, que adquira, utilize ou usufrua como destinatário final de bens ou serviços de qualquer natureza;
b) FORNECEDOR: qualquer pessoa singular ou colectiva, nacional ou estrangeira, pública ou privada que exerça actividades de produção, fabrico, importação, distribuição, comercialização, venda ou locação de bens ou prestação de serviços a consumidores ou utilizadores, respectivamente, pelas quais cobra um preço ou tarifa;
c) PRODUTOS: todas as coisas consumidas pelo seu uso ou utilização e coisas ou artefactos para uso pessoal ou familiar que não se extinguam pela utilização;

¹³³ Grinover, Ada Pellegrini. (2007). Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto. Rio de Janeiro: Forense Universitária.

¹³⁴ VARELLA, Marcelo Dias. Direito do Consumidor: Fundamentos e Sistemas. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2018.

¹³⁵ Marques, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 7ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

d) SERVIÇOS: a qualquer atividade onerosa prestada no mercado, incluindo as de natureza bancária, financeira, creditícia ou seguradora, com exceção daquelas resultantes de relações de trabalho (tradução nossa)¹³⁶.

O artigo 7º diz:

Artigo 7º.- Os direitos previstos nesta Lei não excluem outros direitos decorrentes de tratados ou convenções internacionais dos quais a República do Paraguai seja signatária, da legislação ordinária interna, de regulamentos emitidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como os decorrentes de princípios gerais de direito. As disposições desta lei estão integradas com as regras gerais e especiais contidas no Código Civil, no Título IV da Lei do Comércio e em outras normas jurídicas e técnicas relativas à prestação de serviços e fornecimentos de bens que tenham sido objeto de normalização. Em caso de dúvida, a interpretação será mais favorável ao consumidor (tradução nossa)¹³⁷.

Segundo Santos, a lei de defesa do consumidor do país vizinho, é uma mistura do Código do Consumidor Brasileiro e Argentino, no entanto, a lei em si, deu pouca efetividade a proteção ao consumidor, se preocupando mais em trazer conceitos do que com a proteção ao consumidor. A legislação não previu expressamente a responsabilidade pelo fato do produto ou serviço e nem se preocupou com a responsabilidade por vícios de qualidade e quantidade. A lei apenas se preocupou em definir os prazos decadenciais para reclamação de vícios aparentes e de fácil contatação¹³⁸.

A oferta tem o dever de informações claras, no entanto, admite a desobrigação da oferta, quando utilizada outros meios similares para realizar. Sobre a publicidade, assim como no Brasil, a lei Paraguaia proíbe a publicidade enganosa e abusiva¹³⁹.

A lei paraguaia, determina o direito de arrependimento do consumidor quando ele realiza contratação fora do estabelecimento comercial, e os contratos de adesão devem ser claros e legíveis¹⁴⁰.

Além disso, o Paraguai possui uma instituição responsável pela defesa do consumidor, o Instituto Nacional de Defensa del Consumidor y el Usuario (INDECO). De acordo com a doutrinadora paraguaia Silvia Giménez, o INDECO é responsável por receber e analisar as

¹³⁶ LEI Nº 1.334 PROTECCIÓN DOS CONSUMIDORES E DOS UTILIZADORES. Disponível em: <https://www.bacn.gov.py/leyes-paraguayas/897/ley-n-1334-de-defensa-del-consumidor-y-del-usuario>. Acesso em 11/12/2022

¹³⁷ LEI Nº 1.334 PROTECCIÓN DOS CONSUMIDORES E DOS UTILIZADORES. Disponível em: <https://www.bacn.gov.py/leyes-paraguayas/897/ley-n-1334-de-defensa-del-consumidor-y-del-usuario>. Acesso em 11/12/2022

¹³⁸ SANTOS, Bianka Sanson Eleodoro dos. DIREITO DO CONSUMIDOR NO MERCOSUL. s.d. Artigo. Disponível em: <https://www.sedep.com.br/artigos/direito-do-consumidor-no-mercosul/>. Acesso em 11/12/2022.

¹³⁹ SANTOS, Bianka Sanson Eleodoro dos. DIREITO DO CONSUMIDOR NO MERCOSUL. s.d. Artigo. Disponível em: <https://www.sedep.com.br/artigos/direito-do-consumidor-no-mercosul/>. Acesso em 11/12/2022

¹⁴⁰ SANTOS, Bianka Sanson Eleodoro dos. DIREITO DO CONSUMIDOR NO MERCOSUL. s.d. Artigo. Disponível em: <https://www.sedep.com.br/artigos/direito-do-consumidor-no-mercosul/>. Acesso em 11/12/2022

reclamações dos consumidores, bem como promover a educação e a conscientização dos consumidores sobre seus direitos. (GIMÉNEZ, 2014, P. 82, tradução nossa)¹⁴¹

No entanto, segundo o professor de direito paraguaio Francisco Ramos, o sistema de proteção ao consumidor no Paraguai ainda apresenta algumas falhas, especialmente no que se refere à efetividade das medidas adotadas. De acordo com Ramos, é necessário que o Estado e a sociedade civil trabalhem juntos para fortalecer o sistema de proteção ao consumidor no país (RAMOS, 2016, p. 107, tradução nossa)¹⁴².

Os brasileiros que realizam compras na fronteira do Paraguai e desejam buscar proteção do sistema de proteção ao consumidor paraguaio podem recorrer ao INDECO, responsável por receber e analisar as reclamações dos consumidores. De acordo com a Lei nº 1.328/98, que estabelece as normas de proteção ao consumidor no Paraguai, os fornecedores de produtos e serviços são obrigados a fornecer informações claras e precisas sobre os produtos e serviços oferecidos, além de garantir a qualidade deles. Além disso, a lei estabelece que os fornecedores são responsáveis pelos danos causados aos consumidores em decorrência de produtos ou serviços defeituosos.

Segundo a advogada paraguaia Laura Rodríguez, as pessoas que realizam compras na fronteira paraguaia podem recorrer ao INDECO para fazer reclamações e buscar soluções para os problemas enfrentados, como produtos com defeitos, serviços mal prestados ou informações enganosas. O INDECO pode intervir junto aos fornecedores e empresas para solucionar as questões apresentadas pelos consumidores (RODRIGUEZ, 2010, p. 42, tradução nossa)¹⁴³.

3.1.2 Argentina

Na Argentina, a defesa do consumidor além de ter previsão temos a Ley de Defensa Del Consumidor, Lei nº 24.240, de 22 de setembro de 1993, ela está prevista na Constituição Federal de 1994. Menos abrangente que a lei brasileira, contém dispositivos similares, porém com sua aplicação pelo país vizinho é pouco efetiva. No CDC Argentino, por exemplo, os direitos básicos dos consumidores não foram previstos e a Pessoa Jurídica não foi considerada consumidora¹⁴⁴.

¹⁴¹ GIMÉNEZ, Silvia. La protección del consumidor en el Paraguay: un estudio comparativo con el derecho brasileño. Asunción: Editorial El Lector, 2014.

¹⁴² RAMOS, Francisco. Los derechos del consumidor en el Paraguay. Asunción: Editorial Arandurã, 2016.

¹⁴³ RODRÍGUEZ, Laura. La protección al consumidor en el Paraguay. Asunción: Editorial Jurídica Paraguaya, 2010.

¹⁴⁴ SANTOS, Bianka Sanson Eleodoro dos. DIREITO DO CONSUMIDOR NO MERCOSUL. s.d. Artigo. Disponível em: <https://www.sedep.com.br/artigos/direito-do-consumidor-no-mercosul/>. Acesso em 11/12/2022

Em relação as responsabilidades, os fornecedores possuem responsabilidade objetiva e solidária pelo fato de produto e serviço. A responsabilidade por vício de qualidade e quantidade é semelhante a lei brasileira, no entanto, possuem critérios menos rígidos onde por exemplo, a garantia de reparar os vícios está sujeito a termo (SANTOS, Bianka, s.d.)¹⁴⁵.

A Lei de Defesa do Consumidor (Ley de Defensa Del Consumidor) da Argentina foi promulgada em 1993 com o objetivo de proteger os direitos dos consumidores e estabelecer um marco regulatório para as relações entre fornecedores e consumidores. Apesar de ter sido um avanço significativo na proteção dos consumidores no país, a aplicação dessa lei tem enfrentado alguns desafios que têm limitado sua efetividade.

Segundo MARTINEZ (2014)¹⁴⁶, uma das principais críticas à Ley de Defensa Del Consumidor é a falta de recursos e pessoal capacitado para aplicá-la de forma efetiva. O Instituto Nacional de Defesa do Consumidor (INDEC), responsável pela fiscalização e aplicação da lei, enfrenta problemas de financiamento e escassez de recursos humanos para lidar com o grande número de denúncias de violações aos direitos do consumidor. Além disso, muitas vezes os consumidores não têm conhecimento dos seus direitos e não sabem como denunciar práticas abusivas ou obter reparação pelos danos sofridos.

Outra crítica à efetividade da Ley de Defensa Del Consumidor é a falta de sanções suficientemente severas para desencorajar as empresas de cometerem violações aos direitos dos consumidores. Apesar de prever multas e outras sanções, muitas vezes elas não são suficientes para punir as empresas e corrigir as práticas abusivas. Ademais, a lentidão do sistema judiciário argentino também prejudica a efetividade da lei, já que muitos casos levam anos para serem julgados.

Sobre a oferta, por mais que exija informações corretas, claras e precisas, admite-se a desobrigação da oferta se realizada a divulgação em meios similares.

A lei Argentina veda práticas abusivas, no entanto, para que um consumidor, em contrato de relação de consumo exija o cumprimento do contrato, é necessário a comprovação da má-fé do fornecedor. Há previsão de direito ao arrependimento para compras realizadas fora do estabelecimento comercial (SANTOS, Bianka, s.d.)¹⁴⁷.

Juan Manuel Castro, em seu livro "La Protección del Consumidor en Argentina", destaca que a Lei de Defesa do Consumidor tem como principal objetivo "proteger os

¹⁴⁵ SANTOS, Bianka Sanson Eleodoro dos. DIREITO DO CONSUMIDOR NO MERCOSUL. s.d. Artigo. Disponível em: <https://www.sedep.com.br/artigos/direito-do-consumidor-no-mercosul/>. Acesso em 11/12/2022

¹⁴⁶ MARTÍNEZ, L. G. El derecho de consumo en Argentina: ¿protege realmente a los consumidores?. Revista de derecho del consumidor, Buenos Aires, v. 25, n. 116, p. 159-170, 2014.

¹⁴⁷ SANTOS, Bianka Sanson Eleodoro dos. DIREITO DO CONSUMIDOR NO MERCOSUL. s.d. Artigo. Disponível em: <https://www.sedep.com.br/artigos/direito-do-consumidor-no-mercosul/>. Acesso em 11/12/2022

consumidores contra práticas comerciais enganosas, produtos e serviços defeituosos e serviços inadequados"(CASTRO, 2008, p. 23, tradução nossa)¹⁴⁸. Além disso, a lei estabelece regras claras para a publicidade, os contratos e as garantias dos produtos e serviços oferecidos, além de proibir a discriminação.

Um dos órgãos responsáveis pela proteção ao consumidor na Argentina é a Dirección Nacional de Defensa del Consumidor (DNDC), que tem como função principal receber e analisar as denúncias apresentadas pelos consumidores e tomar medidas para garantir o cumprimento da Lei de Defesa do Consumidor. A DNDC pode aplicar sanções e multas aos fornecedores que não cumprem as normas estabelecidas pela lei.

Nas palavras da professora Silvina Bacigalupo:

"La Dirección Nacional de Defensa del Consumidor é o órgão administrativo encarregado da aplicação e fiscalização da Lei de Defesa do Consumidor na Argentina, e tem como função principal receber e analisar as denúncias apresentadas pelos consumidores, intervir em conflitos de consumo e emitir resoluções e sanções em caso de descumprimento das normas de proteção ao consumidor." (BACIGALUPO, Silvina. *Direito do Consumidor: Defesa do Consumidor e do Usuário*. Buenos Aires: Editorial La Ley, 2010. p. 93.)¹⁴⁹

A Lei de Defesa do Consumidor da Argentina é considerada uma das mais avançadas da América Latina, mesmo que sua efetividade seja objeto de debate. Embora tenha estabelecido uma estrutura legal sólida para a proteção dos direitos dos consumidores, ainda há desafios a serem superados. Um dos principais desafios é a necessidade de aumentar a conscientização dos consumidores sobre seus direitos, capacitando-os a fazer escolhas informadas e a exigir o cumprimento das normas de proteção. Além disso, a aplicação da lei também requer uma maior efetividade, garantindo que as violações sejam devidamente investigadas e punidas. É fundamental que as autoridades e as partes interessadas trabalhem em conjunto para fortalecer ainda mais a lei de proteção ao consumidor, aprimorando sua aplicação e garantindo a defesa dos interesses dos consumidores argentinos e estrangeiros.

3.1.3 Uruguai

A Lei de Proteção ao Consumidor do Uruguai é conhecida como Ley de Defensa del Consumidor. Ela foi promulgada em 1985 e tem como objetivo principal proteger os direitos dos consumidores no país. A legislação passou por várias atualizações ao longo dos anos para se adequar às mudanças na dinâmica do mercado e nas necessidades dos consumidores.

¹⁴⁸ CASTRO, Juan Manuel. *La Protección del Consumidor en Argentina*. Buenos Aires: Ediciones Jurídicas Cuyo, 2008.

¹⁴⁹ BACIGALUPO, Silvina. *Direito do Consumidor: Defesa do Consumidor e do Usuário*. Buenos Aires: Editorial La Ley, 2010.

O Código do Consumidor do Uruguai, embora recente, é considerado relativamente insuficiente em termos de abrangência e eficácia. Ele apresenta conceitos de consumidor e fornecedor, incluindo profissionais liberais, mas não reconhece pessoas jurídicas como consumidoras.

A lei estabelece uma série de direitos e responsabilidades tanto para os consumidores quanto para os fornecedores de produtos e serviços. Seu objetivo é garantir a transparência nas relações de consumo, promover a qualidade e segurança dos produtos e serviços, e oferecer mecanismos de reparação em caso de danos ou prejuízos aos consumidores. o Código Uruguio adota uma abordagem semelhante ao brasileiro, mas com um grau de proteção menor, sendo menos completo e incisivo.

No tocante a responsabilidade pelo fato de produto ou do serviço, os fornecedores possuem responsabilidade solidária. O presente ordenamento não regula a questão da responsabilidade por vício de qualidade e quantidade, apenas traz prazos decadenciais para que o fornecedor reclame de vícios aparentes e de fácil constatação. (SANTOS, Bianka, s.d.)¹⁵⁰

Alguns dos principais aspectos da Lei de Proteção ao Consumidor do Uruguai incluem:

Direito à informação: Os fornecedores são obrigados a fornecer informações claras, precisas e verídicas sobre os produtos e serviços oferecidos, incluindo características, composição, origem, preços, prazos de validade, entre outros.

Direito à proteção contra práticas abusivas: A legislação proíbe práticas comerciais enganosas, coercitivas ou abusivas que possam prejudicar os consumidores. Isso inclui a publicidade enganosa, a imposição de cláusulas abusivas em contratos e a venda de produtos falsificados ou de baixa qualidade.

Direito à segurança e qualidade: Os produtos e serviços devem cumprir os padrões de qualidade e segurança estabelecidos pelas autoridades competentes. Os consumidores têm o direito de exigir reparação ou substituição em caso de produtos defeituosos ou serviços inadequados.

Direito à garantia: A legislação prevê garantias para os consumidores, estabelecendo prazos e condições para o exercício desse direito. Os fornecedores são responsáveis por fornecer garantias adequadas aos produtos e serviços.

Direito à reparação: Em caso de danos ou prejuízos causados pelos produtos ou serviços, os consumidores têm o direito de serem indenizados ou compensados de acordo com os danos sofridos.

¹⁵⁰ SANTOS, Bianka Sanson Eleodoro dos. DIREITO DO CONSUMIDOR NO MERCOSUL. s.d. Artigo. Disponível em: <https://www.sedep.com.br/artigos/direito-do-consumidor-no-mercosul/>. Acesso em 11/12/2022

A Lei de Proteção ao Consumidor do Uruguai também prevê a criação de órgãos governamentais encarregados de fiscalizar e fazer cumprir as disposições da legislação, além de estabelecer mecanismos de solução de conflitos, como a mediação e o sistema de reclamações.

Assim como em qualquer legislação, a efetividade da Lei de Proteção ao Consumidor do Uruguai depende da aplicação e fiscalização adequadas, bem como do conhecimento e conscientização dos consumidores sobre seus direitos. A existência de canais de denúncia e a educação do público sobre os direitos do consumidor desempenham um papel fundamental na proteção dos consumidores no país.

3.1.4 Unificação ou Harmonização da Legislação no MERCOSUL

Verifica-se que os países membros do MERCOSUL possuem ordenamentos jurídicos que oferecem diferentes níveis de proteção aos consumidores, o que resulta em desafios para o livre comércio entre eles.

Conforme Bianka Santos, parafraseando Newton de Lucca:

A solução é a regulamentação da matéria de Direito do Consumidor. Para isto, tem-se dois caminhos:

1) Unificação: consiste na adoção de uma única legislação por todos os países integrantes do MERCOSUL, sendo revogadas todas as leis anteriores, vigentes nestes países a este respeito;

2) Harmonização: dá-se pela criação de normas básicas que seriam observadas em todos os países do grupo, sendo que cada um deles poderia complementá-las de acordo com suas necessidades e realidades sociais.

A unificação prejudicaria o Brasil pois, uma vez adotada uma norma com menor grau de proteção ao consumidor que as previstas pelo Código Brasileiro, restaria reduzido o nível de proteção consumerista no país. Ademais, como também opina Newton de Lucca [3], tal procedimento seria acima de tudo inconstitucional, à medida que a proteção do consumidor vem expressa no artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição Federal Brasileira, integrando, como é notório, o rol dos direitos e garantias individuais e a proteção ao consumidor como um princípio de ordem econômica, segundo o artigo 170, inciso V, da já citada Carta Magna Brasileira. (SANTOS, Bianka, s.d.)¹⁵¹

A proteção do consumidor que atua no mercado integrado é um dos eixos que merece nossa atenção. Nesse sentido, o artigo 3º, item 10, da Decisão nº 64/2010¹⁵² determinou que deveria ser criado, na região, um Sistema Mercosul de Defesa do Consumidor, composto por um Sistema Mercosul de Informações de Defesa do Consumidor, uma ação regional de

¹⁵¹ SANTOS, Bianka Sanson Eleodoro dos. DIREITO DO CONSUMIDOR NO MERCOSUL. s.d. Artigo. Disponível em: <https://www.sedep.com.br/artigos/direito-do-consumidor-no-mercosul/>. Acesso em 11/12/2022

¹⁵² ORGANIZAÇÃO DOS ESTADOS AMERICANOS. Secretaria de Integração Econômica. Mercado Comum do Sul (MERCOSUL). Decisão Nº 64/10: Direitos Básicos do Consumidor no MERCOSUL. [S.l.], 2010. Disponível em: http://www.sice.oas.org/trade/mrcsrs/decisions/DEC6410_p.pdf. Acesso em: 18 de dezembro de 2022.

capacitação (Escola Mercosul de Defesa do Consumidor) e uma norma Mercosul aplicável aos contratos internacionais de consumo, vejamos:

Art. 3º - Com vistas a alcançar os objetivos gerais indicados no artigo 2, o plano de ação será integrado pelos seguintes elementos, os quais serão tratados nos âmbitos indicados a seguir:

(...)

10 Defesa do consumidor

10.1 Criação de um Sistema MERCOSUL de Defesa do Consumidor.

composto por:

10.1.1 Sistema MERCOSUL de Informações de Defesa do Consumidor.

10.1.2 Ação regional de capacitação - Escola MERCOSUL de Defesa do Consumidor.

10.1.3 Norma MERCOSUL aplicável a contratos internacionais de consumo. (SISE, 2010)¹⁵³

Mesmo com essas determinações, desde 2010, pouco se avançou a esse respeito. Mesmo com os esforços do Comitê Técnico nº 7, que é o órgão responsável, dependente da Comissão de Comércio do Mercosul, integrado pelas autoridades nacionais de aplicação e responsável pela harmonização de legislações nacionais sobre defesa do consumidor, os esforços para criação do sistema de informações que reunisse dados vinculados ao consumo nos Estados membros, A Escola Mercosul de Defesa do Consumidor e o Acordo sobre Direito Aplicável aos Contratos Internacionais de Consumo, não prosperaram, neste sentido Luciane Klein Vieira, em sua obra *O Estatuto da Cidadania do Mercosul e o Direito do Consumidor*, explica:

Pois bem, de 2010 pra cá, apesar dos esforços do Comitê Técnico nº 7 (CT nº 7), órgão dependente da Comissão de Comércio do Mercosul (CCM), integrado pelas autoridades nacionais de aplicação e responsável pela harmonização de legislações nacionais sobre defesa do consumidor [4], pouco se avançou nesse sentido. Isso porque a criação do sistema de informações que reunisse dados vinculados ao consumo nos quatro Estados-partes não ocorreu; a Escola Mercosul de Defesa do Consumidor, apesar de ter sido criada em 2015 e o seu curso de formação já ter tido algumas edições, não obteve o alcance esperado, nem mesmo o apoio de todos os Estados para a sua implementação (a exemplo do Brasil, que trabalhou na criação da escola, mas logo depois entregou para a Argentina a sua gestão, alegando falta de recursos); e o Acordo sobre Direito Aplicável aos Contratos Internacionais de Consumo [5], aprovado em 2017, até hoje não obteve a ratificação de nenhum dos Estados-partes, quiçá por ser uma norma por demais visionária e protetiva que, entre outras soluções, se pauta na aplicação da norma mais favorável ao consumidor, traz à baila a proteção ao consumidor que sai do Estado de seu domicílio para contratar — conhecido como consumidor turista, um sujeito olvidado nas mais modernas legislações de fonte interna e internacional vigentes ao redor do mundo —, ampliando, assim, a tutela do consumidor que atua com projeção transfronteiriça. (VIEIRA, Luciane Klein)¹⁵⁴

¹⁵³ Sistema de Información sobre Comercio Exterior (SICE). Mercosur - Decisión N° 64/2010. Disponível em: http://www.sice.oas.org/trade/mrcsrs/decisions/DEC6410_p.pdf. Acesso em: 18 de dezembro de 2022.

¹⁵⁴ VIEIRA, Luciane Klein. CONJUR. Garantias do Consumo no Estatuto da Cidadania do Mercosul: o direito do consumidor na integração regional. Consultor Jurídico, São Paulo, 5 jan. 2022. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2022-jan-05/garantias-consumo-estatuto-cidadania-mercosul-direito-consumidor>. Acesso em: 18 de dezembro de 2022.

Caso seja bem implantado, a harmonização das legislações consumeristas traz benefícios significativos, como a proteção uniforme dos direitos dos consumidores, a redução das assimetrias entre os países e a facilitação do comércio transfronteiriço. Isso cria um ambiente mais previsível e confiável para empresas e consumidores, incentivando o desenvolvimento do mercado regional. Além disso, possibilita a criação de mecanismos de cooperação e colaboração entre os países membros, fortalecendo a troca de informações e experiências no campo da proteção do consumidor. Isso contribui para a construção de uma cultura de respeito aos direitos dos consumidores e para o fortalecimento das instituições responsáveis pela fiscalização e aplicação das normas.

Nas palavras de SANTOS, Bianka:

Com a harmonização seriam instituídas normas mínimas, a serem observadas pelos Estados Membros, preservando-se a liberdade de estabelecerem nível mais elevado de proteção. Assim, nenhum país seria prejudicado com um possível retrocesso do nível de proteção – que no caso do Brasil envolve questões de garantia constitucional – ou a imposição de normas muito rigorosas, o que comprometeria o processo de integração (SANTOS, s.d.)¹⁵⁵.

3.2 ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA

Nos Estados Unidos da América, não existe uma lei específica de proteção consumerista, uma vez que, por ser uma federação de forma centrípeta, os estados detêm muito poder de legislar, de forma que existem diversas leis esparsas que regem questões de consumo, havendo inclusive regulamentação em matéria de alimentos, medicamentos e cosméticos pelo FDA, a agência especializada.

Desta forma, a proteção ao consumidor é regida por um conjunto abrangente de leis e regulamentações que visam garantir a segurança e os direitos dos consumidores. Embora não exista uma única lei federal de proteção ao consumidor nos Estados Unidos, diversas leis federais e estaduais foram promulgadas para abordar diferentes aspectos das relações de consumo.

A principal lei federal de proteção ao consumidor nos EUA é a Lei de Proteção ao Consumidor (Consumer Protection Act), também conhecida como Magnuson-Moss Warranty Act. Essa lei estabelece requisitos para garantias de produtos e protege os consumidores contra práticas de negócios injustas e enganosas. Ela também oferece aos consumidores o direito de buscar recursos legais em caso de violação de garantias ou práticas comerciais desleais.

¹⁵⁵ SANTOS, Bianka Sanson Eleodoro dos. DIREITO DO CONSUMIDOR NO MERCOSUL. s.d. Artigo. Disponível em: <https://www.sedep.com.br/artigos/direito-do-consumidor-no-mercosul/>. Acesso em 11/12/2022

Além da Lei de Proteção ao Consumidor, existem outras leis federais importantes que protegem os consumidores nos Estados Unidos, tais como:

Lei de Segurança de Produtos do Consumidor (Consumer Product Safety Act): Estabelece padrões de segurança para produtos de consumo e permite que a Comissão de Segurança de Produtos do Consumidor (Consumer Product Safety Commission) emita recalls de produtos com riscos à saúde ou segurança dos consumidores.

Lei de Práticas de Cobrança Justa (Fair Debt Collection Practices Act): Regula as práticas de cobrança de dívidas por parte das agências de cobrança, garantindo que os consumidores sejam tratados de forma justa e evitando práticas abusivas.

Lei de Informação de Crédito Justa (Fair Credit Reporting Act): Regula a coleta, uso e divulgação de informações de crédito pelos bureaus de crédito, garantindo a precisão e privacidade das informações dos consumidores.

Além das leis federais, cada estado nos EUA possui suas próprias leis de proteção ao consumidor. Essas leis variam de estado para estado, mas geralmente abordam áreas como contratos de consumo, práticas comerciais desleais, proteção contra fraudes e enganos, e responsabilidade por produtos defeituosos.

Neste caso, podemos citar a recente Lei de Proteção de Dados do Consumidor da Virgínia (VCDPA)¹⁵⁶, que entrou em vigor em 01 de janeiro de 2023, que é uma lei de privacidade abrangente nos Estados Unidos, que fornece uma variedade de direitos de privacidade aos consumidores da Virgínia.

É importante ressaltar que, nos Estados Unidos, a proteção ao consumidor também é reforçada por agências governamentais, como a Comissão Federal de Comércio (Federal Trade Commission - FTC) e a Administração de Alimentos e Medicamentos (Food and Drug Administration - FDA), que têm autoridade para fazer cumprir as leis de proteção ao consumidor e regulamentar setores específicos, como publicidade, comércio eletrônico, alimentos e medicamentos.

No geral, as leis de proteção ao consumidor nos Estados Unidos têm como objetivo garantir a transparência, a segurança e a justiça nas relações de consumo, permitindo que os consumidores tomem decisões informadas e tenham recursos legais disponíveis em caso de violação de seus direitos.

¹⁵⁶ Microsoft. "Perguntas frequentes sobre o Virginia Consumer Data Protection Act (VCDPA)." Microsoft Compliance. [Online] disponível em: <https://learn.microsoft.com/pt-br/compliance/regulatory/vcdpa-faq>. Acessado em: 11 de dezembro de 2022.

Em 2011, sob a presidência de Barack Obama, foi criada uma agência governamental de direitos do consumidor, conduzida pelo governo federal. Um dos propósitos da *Consumer Financial Protection Bureau*¹⁵⁷, é promover programas de educação ao consumidor, fornecendo informações acerca das operações financeiras, que costumam ser muito complexas.

Nas palavras de FEDERIGHI (2017)¹⁵⁸:

Um dos propósitos da agência é promover informação aos consumidores sobre os meandros das operações financeiras que, em regra, são muito complexas. A Consumer Financial Protection Bureau continua em atividade, inclusive com programas de educação do consumidor, especificamente para a finalidade de atividades financeiras. À época, recebeu comparações com a Comissão de Proteção dos Consumidores, criada em 1972, órgão governamental regulamentar de normas sanitárias e de segurança comercial.

Além disso, a função principal da CFPB é supervisionar e regular instituições financeiras, como bancos, cooperativas de crédito, empresas de cartão de crédito, empresas de empréstimo hipotecário, empresas de serviços financeiros e mais. A agência busca garantir que essas instituições atuem de forma justa, transparente e em conformidade com as leis de proteção ao consumidor.

A CFPB trabalha para educar os consumidores sobre seus direitos financeiros, fornecendo informações e recursos para ajudá-los a tomar decisões financeiras informadas. Além disso, a agência atua no sentido de investigar e responder a reclamações dos consumidores sobre práticas financeiras injustas ou enganosas, impondo penalidades e buscando soluções para resolver disputas.

Outra função importante da CFPB é a criação e implementação de regulamentos para promover a transparência e a responsabilidade no setor financeiro. Isso inclui a criação de regras para empréstimos hipotecários, cartões de crédito, produtos financeiros de consumo e outras áreas que afetam diretamente os consumidores.

3.3 CHINA

Na China, que hoje está caminhando para ser a maior economia mundial, sendo o mercado brasileiro um dos seus principais clientes, deve-se considerar que não é um país capitalista, tampouco um regime democrático, ainda assim, em 2019, editou uma lei de proteção ao consumo online para o mercado interno, que direciona o comércio eletrônico, com o objetivo de proteger a propriedade intelectual, além de uma melhor reputação ao país em relação aos

¹⁵⁷ Departamento de Proteção Financeira do Consumidor. Consumer Financial Protection Bureau (CFPB). [Online] disponível em: <https://www.consumerfinance.gov>. Acessado em: 15 de setembro de 2022.

¹⁵⁸ FEDERIGHI, Suzana Maria Pimenta Catta Pretta. Enciclopédia Jurídica da PUC-SP. "A Proteção Internacional do Consumidor." [Online] disponível em: <https://enciclopediajuridica.pucsp.br/verbete/506/edicao-1/a-protecao-internacional-do-consumidor>. Acessado em: 28 de setembro de 2022.

produtos falsificados, prevendo uma multa de até US\$ 30 milhões, para aquele ano, pelo descumprimento dessas diretrizes¹⁵⁹.

Esta lei trouxe um aspecto inovador, uma vez que versa sobre aspectos relativos à proteção de dados dos consumidores, impedindo que outras plataformas usem os resultados das pesquisas, histórico de compras, e até mesmo os dados pessoais para outras finalidades, oferecendo até mesmo a possibilidade de os clientes acessarem e retificarem dados incorretos, ou até mesmo pedir sua exclusão¹⁶⁰.

E é importante mencionar que na China, a primeira lei que regula o comércio eletrônico data de 2005, como a Lei de assinatura Eletrônica e os Regulamentos de Certificação de Autoridade, conforme menciona TAN Yanfei, traduzida por Liu Yi¹⁶¹:

As primeiras normas que tangenciaram a regulação do comércio eletrônico chinês datam de 2005 quando entrou em vigor a Lei da Assinatura Eletrônica e os Regulamentos de Certificação de Autoridade². A partir de tais normas, as partes envolvidas no comércio eletrônico tiveram acesso a formas de pagamento mais seguras e confiáveis. Se regressarmos ainda um pouco mais no tempo, anteriormente a 2005, o comércio eletrônico chinês era controlado por meio de contratos, regras do setor bancário, lei municipais e provinciais (TAN Yanfei, 2016).

E não menos importante, temos a primeira lei de comércio eletrônico, com o objetivo de começar a regular o comércio eletrônico interno da China, que é considerada hoje um dos maiores do mundo, com artigos que versam sobre repressão ao *daigous* (termo chinês que se refere ao vendedor individual que compra e entrega pessoalmente bens de luxo e outras mercadorias à clientes domésticos), proibição de discriminação de preços, fim de vendas casadas automáticas, proteção de dados pessoais, obrigações das empresas de plataforma de comércio eletrônico e obrigação das plataformas em proteger a propriedade intelectual

Podemos tomar por exemplo o art. 23 da referida lei, que versa sobre a proteção de dados pessoais, conforme TAN Yanfei, traduzida por Liu Yi¹⁶²:

Nos termos do Artigo 23 da ECL, a coleta e o uso de informações pessoais devem observar as disposições sobre proteção de informações pessoais nas leis e regulamentos administrativos relevantes.

Nos termos do Artigo 24, uma empresa de comércio eletrônico deve declarar expressamente os meios e procedimentos para busca, correção ou exclusão de

¹⁵⁹ FEDERIGHI, Suzana Maria Pimenta Catta Pretta. Enciclopédia Jurídica da PUC-SP. "A Proteção Internacional do Consumidor." [Online] disponível em: <https://enciclopediajuridica.pucsp.br/verbete/506/edicao-1/a-protecao-internacional-do-consumidor>. Acessado em: 28 de setembro de 2022.

¹⁶⁰ FEDERIGHI, Suzana Maria Pimenta Catta Pretta. Enciclopédia Jurídica da PUC-SP. "A Proteção Internacional do Consumidor." [Online] disponível em: <https://enciclopediajuridica.pucsp.br/verbete/506/edicao-1/a-protecao-internacional-do-consumidor>. Acessado em: 28 de setembro de 2022.

¹⁶¹ Internet Lab. A primeira lei de comércio eletrônico: como a lei impactará pessoas e negócios. Revista Internet Lab, [S.l.], 2023. Disponível em: <https://revista.internetlab.org.br/a-primeira-lei-de-comercio-eletronico-como-a-lei-impactara-pessoas-e-negocios/>. Acesso em: 22 fevereiro de 2023.

¹⁶² Internet Lab. A primeira lei de comércio eletrônico: como a lei impactará pessoas e negócios. Revista Internet Lab, [S.l.], 2023. Disponível em: <https://revista.internetlab.org.br/a-primeira-lei-de-comercio-eletronico-como-a-lei-impactara-pessoas-e-negocios/>. Acesso em: 22 fevereiro de 2023.

informações do usuário; ao receber um pedido de pesquisa, correção ou exclusão de informações do usuário, uma empresa de comércio eletrônico deve, mediante verificação de identidade, permitir a pesquisa, correção ou exclusão de informações do usuário em tempo hábil²³. Essa proteção de dados pessoais reflete o processo progressivo da legislação da China em relação à privacidade das informações, por exemplo, a Lei de Cibersegurança da República Popular da China²⁴ e a Lei de Proteção de Dados Pessoais em fase de elaboração²⁵. (TAN Yanfei, 2016).

Conforme TAN Yanfei, traduzida por Liu Yi¹⁶³, “é de vital importância a construção do Estado de Direito do comércio eletrônico no país”, o que podemos ver é que a China tem evoluído muito em relação a proteção ao consumidor, desenvolvendo regras novas, ou unificando regras existentes que atendem ao contexto do comércio eletrônico chinês.

3.4 UNIÃO EUROPEIA

A União Europeia, por sua vez, apresenta uma extensa atividade sobre proteção aos consumidores. Editou a Diretiva 2000/31/CE¹⁶⁴, versando sobre as atividades no comércio eletrônico e serviços de informação, sendo a primeira diretiva expressa sobre o tema¹⁶⁵.

Essa diretiva tem como objetivo estabelecer um quadro jurídico para os serviços da sociedade de informação, em particular o comércio eletrônico, no mercado interno da UE.

A Diretiva sobre o Comércio Eletrônico foi implementada com o propósito de facilitar o desenvolvimento do comércio eletrônico na UE, incentivando a livre circulação de serviços da sociedade de informação e fornecendo segurança jurídica tanto para os provedores de serviços quanto para os consumidores.

Podemos observar no item 2 e 23 das considerações da referida diretiva:

- (2) O desenvolvimento do comércio electrónico na sociedade da informação faculta oportunidades importantes de emprego na Comunidade, particularmente nas pequenas e médias empresas, e irá estimular o crescimento económico e o investimento na inovação por parte das empresas europeias e pode igualmente reforçar a competitividade da indústria europeia, contanto que a internet seja acessível a todos.
- (23) A presente directiva não estabelece normas adicionais de direito internacional privado em matéria de conflitos de leis, nem abrange a jurisdição dos tribunais. O disposto na legislação aplicável por força das normas de conflitos do direito internacional privado não restringe a liberdade de prestar serviços da sociedade da informação nos termos constantes da presente directiva. (UE, 2000)¹⁶⁶

¹⁶³ Internet Lab. A primeira lei de comércio eletrônico: como a lei impactará pessoas e negócios. Revista Internet Lab, [S.l.], 2023. Disponível em: <https://revista.internetlab.org.br/a-primeira-lei-de-comercio-eletronico-como-a-lei-impactara-pessoas-e-negocios/>. Acesso em: 22 fevereiro de 2023.

¹⁶⁴ UNIÃO EUROPEIA. Diretiva 2000/31/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 8 de junho de 2000, relativa a certos aspetos legais dos serviços da sociedade de informação, em especial do comércio eletrônico, no mercado interno. EUR-Lex, [S.l.], 2000. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=celex%3A32000L0031>. Acesso em: 28 de setembro de 2022.

¹⁶⁵ FEDERIGHI, Suzana Maria Pimenta Catta Pretta. Enciclopédia Jurídica da PUC-SP. "A Proteção Internacional do Consumidor." [Online] disponível em: <https://enciclopediajuridica.pucsp.br/verbete/506/edicao-1/a-protecao-internacional-do-consumidor>. Acessado em: 28 de setembro de 2022.

¹⁶⁶ UNIÃO EUROPEIA. Diretiva 2000/31/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 8 de junho de 2000, relativa a certos aspetos legais dos serviços da sociedade de informação, em especial do comércio eletrônico, no

E não menos importante, o art. 2º da mesma:

Artigo 2º.

Definições

Para efeitos da presente directiva, entende-se por:

- a) "Serviços da sociedade da informação": os serviços da sociedade da informação na acepção do n.º 2 do artigo 1.º da Directiva 83/34/CEE, alterada pela Directiva 98/48/CE;
- b) "Prestador de serviços": qualquer pessoa, singular ou colectiva, que preste um serviço do âmbito da sociedade da informação;
- c) "Prestador de serviços estabelecido": o prestador que efectivamente exerça uma actividade económica através de uma instalação fixa, por um período indefinido. A presença e a utilização de meios técnicos e de tecnologias necessários para prestar o serviço não constituem, em si mesmos, o estabelecimento do prestador;
- d) "Destinatário do serviço": qualquer pessoa, singular ou colectiva, que, para fins profissionais ou não, utilize um serviço da sociedade da informação, nomeadamente para procurar ou para tornar acessível determinada informação;
- e) "Consumidor": qualquer pessoa singular que actue para fins alheios à sua actividade comercial, empresarial ou profissional;
- f) "Comunicação comercial": todas as formas de comunicação destinadas a promover, directa ou indirectamente, mercadorias, serviços ou a imagem de uma empresa, organização ou pessoa que exerça uma profissão regulamentada ou uma actividade de comércio, indústria ou artesanato. Não constituem comunicações comerciais: (...) (EU, 2000)¹⁶⁷

Mais recentemente, a pedido da Comissão do Mercado Interno e da Protecção aos Consumidores, foi promovido, em 18 de fevereiro de 2020, um seminário intitulado “*E-Commerce rules, fit for the digital age*¹⁶⁸”, em que foi realizado diversos estudos sobre o assunto, visando a edição de uma possível lei geral de serviços digitais.

Em 27 de outubro de 2020 foi concluído um estudo intitulado “*loot boxes in online games and their effects on consumers, in particular young consumers*¹⁶⁹”, voltado ao público gamer, aborda um tema crucial na era digital, as regras de comércio eletrônico adaptadas às necessidades e desafios atuais, o documento ressalta a necessidade de proteger os direitos dos consumidores no ambiente digital.

mercado interno. EUR-Lex, [S.l.], 2000. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=celex%3A32000L0031>. Acesso em: 28 de setembro de 2022.

¹⁶⁷ UNIÃO EUROPEIA. Directiva 2000/31/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 8 de junho de 2000, relativa a certos aspetos legais dos serviços da sociedade de informação, em especial do comércio eletrónico, no mercado interno. EUR-Lex, [S.l.], 2000. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=celex%3A32000L0031>. Acesso em: 15 de maio de 2023.

¹⁶⁸ Regras do E-commerce adequadas para a era digital. UNIÃO EUROPEIA. Parlamento Europeu. Directiva 2000/31/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 8 de junho de 2000, relativa a certos aspetos legais dos serviços da sociedade de informação, em especial do comércio eletrónico, no mercado interno. [S.l.], 2000. Disponível em: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/652728/IPOL_BRI\(2020\)652728_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/652728/IPOL_BRI(2020)652728_EN.pdf). Acesso em: 15 de maio de 2023.

¹⁶⁹ Caixas de loot em jogos online e seus efeitos sobre os consumidores, em particular, consumidores jovens. UNIÃO EUROPEIA. Parlamento Europeu. E-Commerce rules, fit for the digital age. [S.l.], 2020. Disponível em: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652727/IPOL_STU\(2020\)652727_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652727/IPOL_STU(2020)652727_EN.pdf). Acesso em: 28 de setembro de 2022.

Além disso, a União Europeia sempre deu especial atenção aos consumidores, editando diversas resoluções de proteção, publicidade lícita e princípios gerais. Em março de 2023, os deputados europeus aprovaram a atualização de regras sobre a segurança dos produtos de consumo não alimentares, que visa abordar os riscos de segurança advindos das novas tecnologias e ao aumento das vendas online¹⁷⁰.

Conforme o documento:

As novas regras visam garantir que todos os produtos colocados no mercado na União Europeia (UE) sejam seguros para os consumidores. Os consumidores vulneráveis, incluindo as crianças e as pessoas com deficiência, serão protegidos por requisitos de segurança mais rigorosos para os produtos comercializados especialmente para eles. (UE, 2023)¹⁷¹

Percebe-se que a proteção do consumidor quando comparado a alguns países da América Latina, Estados Unidos, China e União Europeia, apesar de existir alguns esforços neste sentido, a legislação brasileira pode ser considerada um exemplo a ser seguido, seja considerando relações de consumo realizado no território brasileiro, seja transações internacionais realizados via e-commerce.

O Código de Defesa do Consumidor é modelo, replicado em muitos países da América Latina, e pode ser um exemplo a se seguir, caso avancemos para uma possível harmonização das legislações no Mercosul, a exemplo do que ocorre na União Europeia. Neste sentido, SANTOS argumenta:

Atualmente, tem-se o exemplo da União Europeia onde a harmonização foi implantada com sucesso, com a simples elaboração de normas básicas que asseguram um mínimo de proteção aos consumidores do bloco (por exemplo: publicidade, cláusulas abusivas em contrato de adesão, etc), sem entretanto, retirarem a autonomia dos Estados para legislar sobre a matéria se necessário. (SANTOS, Bianka, s.d.)¹⁷².

Ao comparar os direitos do consumidor nos países do Mercosul, Estados Unidos, União Europeia e China, podemos observar diferentes abordagens e níveis de proteção.

¹⁷⁰ UNIÃO EUROPEIA. Parlamento Europeu. Como a UE pretende reforçar a proteção dos consumidores. Parlamento Europeu. [S.l.], 2021. Disponível em: <https://www.europarl.europa.eu/news/pt/headlines/priorities/protecao-dos-consumidores-na-ue/20210506STO03603/como-a-ue-pretende-reforcar-a-protecao-dos-consumidores>. Acesso em: 18 de abril de 2023.

¹⁷¹ UNIÃO EUROPEIA. Parlamento Europeu. Como a UE pretende reforçar a proteção dos consumidores. Parlamento Europeu. [S.l.], 2021. Disponível em: <https://www.europarl.europa.eu/news/pt/headlines/priorities/protecao-dos-consumidores-na-ue/20210506STO03603/como-a-ue-pretende-reforcar-a-protecao-dos-consumidores>. Acesso em: 18 de abril de 2023.

¹⁷² SANTOS, Bianka Sanson Eleodoro dos. DIREITO DO CONSUMIDOR NO MERCOSUL. s.d. Artigo. Disponível em: <https://www.sedep.com.br/artigos/direito-do-consumidor-no-mercosul/>. Acesso em 11/12/2022

Na União Europeia, há uma legislação robusta de proteção ao consumidor, que visa garantir informações claras, direitos de arrependimento, garantias de produtos e ações para combater práticas comerciais desleais. A União Europeia busca harmonizar as regulamentações entre seus Estados membros, promovendo um alto padrão de proteção ao consumidor em toda a região.

Nos Estados Unidos, o direito do consumidor é amplamente baseado em princípios de responsabilidade civil e livre mercado. Embora existam leis federais e estaduais que protegem os consumidores contra práticas fraudulentas e enganosas, as regulamentações podem variar entre os estados, o que não promove uma insegurança jurídica, muito pelo contrário, existem diversas leis federais e órgãos de fiscalização, e as leis locais costumam promover uma ampla proteção ao consumidor, mesmo assim eles são incentivados a buscar reparação por meio de ações judiciais.

No Mercosul, há uma busca por uma maior harmonização das leis de proteção ao consumidor entre os países membros. No entanto, os níveis de proteção podem variar e ainda não são tão abrangentes quanto os da União Europeia ou dos Estados Unidos. Há esforços para promover a educação do consumidor e criar mecanismos de solução de disputas, mas ainda há espaço para aprimoramentos.

Já na China, a proteção ao consumidor é regida por uma combinação de leis e regulamentos, com ênfase na defesa dos interesses dos consumidores e na prevenção de práticas fraudulentas. No entanto, algumas questões persistem, como a aplicação inconsistente das leis e os desafios de proteção ao consumidor no comércio eletrônico e em setores específicos.

Desta forma, os direitos do consumidor variam nos países do Mercosul, Estados Unidos, União Europeia e China. A União Europeia destaca-se por sua legislação abrangente e harmonizada, enquanto os Estados Unidos se baseiam em princípios de responsabilidade civil. No Mercosul, há uma busca por maior harmonização, enquanto a China enfrenta desafios de implementação. Cada região tem suas próprias características e prioridades, refletindo diferentes abordagens para a proteção dos direitos dos consumidores.

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O método utilizado é o hipotético-dedutivo, pelo qual, primeiramente será exposto as lacunas no Direito Internacional, em relação a proteção dos consumidores em compras internacionais, sendo feito o levantamento das leis existentes, para lançar mão de possibilidades para o melhoramento desta proteção. Trata-se de um procedimento monográfico, realizando-se uma pesquisa bibliográfica, pois será realizada leituras analíticas e interpretativos de livros, leis, e artigos, para buscar as informações pertinentes acerca do direito aplicado ao consumidor em âmbito internacional. A presente monografia será fundamentada em bibliografias, documentos científicos, textos de lei e artigos que versem sobre direito do consumidor no âmbito internacional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proteção ao consumidor nas relações de consumo internacionais apresenta desafios significativos devido à natureza transnacional dessas transações. Ao longo deste estudo, foram abordados diferentes aspectos relacionados à proteção do consumidor em compras internacionais, tanto em países vizinhos como o Paraguai, quanto em compras realizadas pela internet, com destaque para transações com a China. Além disso, foram realizadas comparações com os sistemas de proteção ao consumidor nos Estados Unidos e na União Europeia.

Com a presente pesquisa, foi possível analisar acerca da proteção dada ao consumidor ante a globalização, uma vez que ao tornar-se cidadão do mundo, está sujeito a diversos entraves em seu caminho. Tendo em vista a crescente globalização, e o advento da internet, tornou-se mais comum o comércio internacional feito por pessoas físicas, de tal forma que surgiram incontáveis lojas online, oferecendo inúmeros produtos dos mais diversos, com a facilidade de um *click*, de tal forma que o direito deve acompanhar essa evolução para proteger o consumidor num ambiente hostil, onde está sujeito a todo tipo de dano.

Embora toda discussão dos órgãos internacionais e órgãos da sociedade civil acerca da proteção do consumidor, impulsionado pela crescente globalização, agora, com o acesso à internet cada vez mais democrático, a aproximação dos parceiros comerciais, fornecedores e consumidores, é importante frisar que cada país ou região possui prioridades e culturas diferentes, muitas vezes não harmoniosas com os demais países, fazendo com que cada país promova suas iniciativas específicas, da melhor forma que encontrarem.

Um dos principais pontos levantados neste estudo é a importância de se compreender as peculiaridades de cada contexto nacional. Cada país possui suas próprias legislações, órgãos reguladores e práticas de proteção ao consumidor. Portanto, é essencial adaptar e ajustar as políticas e práticas de proteção ao consumidor às características específicas de cada sistema jurídico e cultural.

No âmbito nacional, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) desempenha um papel fundamental na proteção dos direitos do consumidor no Brasil. O CDC estabelece diretrizes claras para as relações de consumo, definindo os direitos e deveres das partes envolvidas, bem como mecanismos de resolução de conflitos. No entanto, é importante destacar a necessidade contínua de aprimoramento e atualização da legislação, a fim de acompanhar as transformações do mercado e atender às demandas dos consumidores.

Quando se trata de compras internacionais, especialmente pela internet, os consumidores enfrentam desafios adicionais devido à diversidade de sistemas jurídicos e às

barreiras culturais e linguísticas. Nesse contexto, é crucial que os consumidores estejam cientes de seus direitos e saibam como se proteger nas transações internacionais. Informações claras e acessíveis, bem como canais eficientes de resolução de conflitos, desempenham um papel essencial nesse processo.

A comparação entre os sistemas de proteção ao consumidor nos Estados Unidos, China e União Europeia demonstrou que cada um adota abordagens distintas para a defesa dos direitos do consumidor. Enquanto os Estados Unidos enfatizam a proteção por meio de regulamentações específicas e agências reguladoras, a China busca equilibrar a proteção do consumidor com a promoção do comércio eletrônico. Já a União Europeia possui uma legislação abrangente e harmonizada que estabelece padrões elevados de proteção ao consumidor. Essas diferenças destacam a importância de compartilhar boas práticas e aprender com as experiências de outros países.

Diante do exposto, é necessário um esforço contínuo para fortalecer a proteção ao consumidor nas relações de consumo internacionais. Isso envolve a harmonização de leis e regulamentações, o compartilhamento de informações e boas práticas, além do desenvolvimento de mecanismos eficientes de resolução de conflitos. Além disso, é essencial promover a conscientização dos consumidores sobre seus direitos e responsabilidades, capacitando-os a tomar decisões informadas e seguras em suas transações internacionais.

Por fim, é fundamental que governos, organizações internacionais, empresas e sociedade civil trabalhem de forma colaborativa para aprimorar a proteção ao consumidor nessas relações. A troca de informações, a cooperação em investigações e a adoção de padrões mínimos de proteção ao consumidor podem contribuir para o estabelecimento de um ambiente mais seguro e confiável para os consumidores em âmbito global.

Reforçar a cooperação entre países, estabelecer mecanismos eficazes de monitoramento e fiscalização, e promover a educação e conscientização dos consumidores são medidas-chave para fortalecer a proteção ao consumidor internacionalmente. Além disso, é necessário avançar na regulamentação e na aplicação de leis que abordem especificamente os desafios das compras internacionais, como a segurança dos produtos, a resolução de disputas e a responsabilidade dos fornecedores.

Ao final deste trabalho, percebe-se a complexidade e a importância da proteção ao consumidor nas relações de consumo internacionais. A pesquisa realizada permitiu uma análise aprofundada dos diversos aspectos envolvidos nesse tema, proporcionando uma visão ampla dos desafios e das melhores práticas adotadas em diferentes países.

Uma proteção ao consumidor efetiva é um grande desafio ainda a ser superado, necessitando de uma grande cooperação e harmonização internacional. É claro que as resoluções reconhecendo a vulnerabilidade do consumidor são de extrema importância, mas é preciso ir além, buscando medidas práticas, pelos Estados integrantes da comunidade internacional, visando reduzir as práticas abusivas, assegurar bons padrões de segurança, garantir o acesso à informação, sobretudo informações cristalinas e não manipuladas, de forma a assegurar a devida proteção ao consumidor.

Com base nas conclusões apresentadas, espera-se que este estudo contribua para o debate e para o aprimoramento das políticas e práticas de proteção consumerista nas relações de consumo internacionais. Ao buscar um equilíbrio entre o desenvolvimento do comércio internacional e a defesa dos direitos do consumidor, é possível estabelecer um ambiente de confiança e segurança que beneficie consumidores e empresas em todo o mundo.

Embora seja difícil a edição de um direito comum, uma vez que esbarramos nas limitações culturais, nas circunstâncias e nos interesses de cada Estado soberano, é preciso um maior esforço para que a defesa do consumidor ultrapasse os limites nacionais, com a uniformização em bloco de questões relativas à segurança do consumidor, para elevar o proveito econômico e dar a maior segurança jurídica possível, afastando cenários de múltiplas camadas normativas e pouca eficácia na aplicação da norma existente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

07 coisas que você precisa saber sobre compras internacionais. CHC Advocacia, 2021. Disponível em: <https://chcadvocacia.adv.br/blog/compras-internacionais/>. Acesso em: 25 de abr de 2022.

A Defesa do Consumidor do Brasil. Ministério da Justiça e Segurança Pública, [S.I.]. Disponível em: <https://www.novo.justica.gov.br/seus-direitos-2/consumidor/a-defesa-do-consumidor-no-brasil#wrapper>. Acesso em: 22 de abr de 2022.

ALMEIDA, Fabrício Bolzan de. Curso de Direito do Consumidor: Teoria Geral e Práticas Comerciais. 7. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2017.

Associação de Direito Internacional. ILA | International Law Association. Disponível em: https://www.ila-hq.org/en_GB

BANCO MUNDIAL. A Retomada do Crescimento: Oportunidades e Desafios para o Brasil. Disponível em:

<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/34784/9786581492975.pdf>.

Acesso em: 27 mar. 2023.

BOBBIO, Norberto. Teoria Geral do Direito. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

Caixas de loot em jogos online e seus efeitos sobre os consumidores, em particular, consumidores jovens. UNIÃO EUROPEIA. Parlamento Europeu. E-Commerce rules, fit for the digital age. [S.l.], 2020. Disponível em: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652727/IPOL_STU\(2020\)6527_27_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652727/IPOL_STU(2020)6527_27_EN.pdf). Acesso em: 28 de setembro de 2022.

Carmozzi, C. A. (2014). O papel dos métodos extrajudiciais de solução de controvérsias na promoção do comércio internacional. In Novos horizontes do comércio internacional: estudos em homenagem a Vicente C. Ambrósio. São Paulo: Lex Magister.

CARNEIRO, Cláudio. Direito Tributário: Teoria e Prática. 5. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

CARVALHO, Fabrício Polido de. Curso de direito internacional privado. São Paulo: Atlas, 2015.

CASTRO, Bárbara Carneiro Paolinelli de; MALTA, Marcella de Vasconcelos; FILHO, Tarcísio Henriques. A proteção do consumidor no âmbito internacional. Revista Jus Navigandi, ISSN 1518-4862, Teresina, ano 22, n. 5280, 15 dez. 2017. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/62654>. Acesso em: 11 jun. 2022.

CASTRO, Juan Manuel. La Protección del Consumidor en Argentina. Buenos Aires: Ediciones Jurídicas Cuyo, 2008.

Código de Defesa do Consumidor. Decreto Presidencial nº 2.181, de 20 de março de 1997, Brasília, DF, 1997. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm. Acesso em: 26 de maio de 2022.

COELHO, Fábio Ulhoa. Curso de Direito Comercial: direito de empresa. 15. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2021.

COMITÊ INTERNACIONAL DE PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR. Resolução nº 1, de 2016. Disponível em: <http://ila-hq.org/en/committees/index.cfm/cid/1026>. Acesso em: 18 fev. 2023.

Consumidor segundo a teoria finalista aprofundada. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios, 2019. Disponível em: <https://www.tjdft.jus.br/consultas/jurisprudencia/jurisprudencia-em-temas/cdc-na-visao-do-tjdft-1/definicao-de-consumidor-e-fornecedor/mitigacao-da-teoria-finalista-para-o-finalismo-aprofundado#:~:text=A%20teoria%20finalista%20aprofundada%20ou,econ%C3%B4mica%20em%20rela%C3%A7%C3%A3o%20ao%20fornecedor.> Acesso em: 26 de maio de 2022.

D'ANDREA RAMOS, F. ; FERREIRA, V. H. A. Por um Direito Comum ao Consumidor: a Órbita Global de Consumo e a Proteção Internacional. In: MARQUES, C.L.; MIRAGEM, B.; OLIVEIRA, A. F. 25 anos do Código de Defesa do Consumidor: trajetórias e perspectivas. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

Departamento de Proteção Financeira do Consumidor. Consumer Financial Protection Bureau (CFPB). [Online] disponível em: <https://www.consumerfinance.gov>. Acessado em: 15 de setembro de 2022.

DINIZ, Maria Helena. Curso de Direito Civil Brasileiro, volume I: Parte geral. 29. ed. São Paulo: Saraiva, 2016.

FARIAS, Cristiano Chaves de; ROSENVALD, Nelson. Curso de direito civil: responsabilidade civil. 15. ed. rev., atual. e ampl. Salvador: JusPodivm, 2018.

FEDERIGHI, Suzana Maria Pimenta Catta Pretta. A Proteção Internacional do Consumidor. Enciclopédia Jurídica da PUCSP, 2022. Disponível em: <https://enciclopediajuridica.pucsp.br/verbete/506/edicao-1/a-protecao-internacional-do-consumidor>. Acesso em: 28 de set de 2022.

FINKELSTEIN, Cláudio. Direito Internacional Privado: teoria e prática brasileira. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2015.

FIOROTTI, Giovanna de Oliveira. Contratos internacionais de consumo: a aplicação do direito brasileiro à luz do direito comparado. São Paulo: Saraiva, 2016.

G1. Comprar eletrônicos no Paraguai pode ser vantajoso; saiba como evitar problemas. G1, São Paulo, 12 maio 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/05/12/comprar-eletronicos-no-paraguai-pode-ser-vantajoso-saiba-como-evitar-problemas.ghtml>. Acesso em: 11 fev. 2022.

GIMÉNEZ, Silvia. La protección del consumidor en el Paraguay: un estudio comparativo con el derecho brasileiro. Asunción: Editorial El Lector, 2014.

GRÖNROOS, C. Service Management and Marketing: Managing the Moments of Truth in Service Competition. Lexington, Mass: Lexington Books, 1990.

INMETRO. O que são normas técnicas. Disponível em: https://www.inmetro.gov.br/qualidade/normas_tecnicas.asp. Acesso em: 03 mar. 2023.

Internet Lab. A primeira lei de comércio eletrônico: como a lei impactará pessoas e negócios. Revista Internet Lab, [S.l.], 2023. Disponível em: <https://revista.internetlab.org.br/a-primeira-lei-de-comercio-eletronico-como-a-lei-impactara-pessoas-e-negocios/>. Acesso em: 22 maio 2023.

KEENAN, Michael. SHOPIFY. Global E-commerce Trends and Statistics 2021 [online]. Disponível em: <https://www.shopify.com/enterprise/global-e-commerce-statistics>. Acesso em: 04 mar. 2023.

KELSEN, Hans. Teoria Pura do Direito. São Paulo: Martins Fontes

KOHAMA, H. Y. Direito do Consumidor. 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2018.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2016.

LEITÃO, A.; LEITÃO, M. A. Negócios Internacionais: Teoria e Prática. 1ª ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2017.

LENZA, Pedro. Direito do Consumidor esquematizado. 10. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2022.

LOPES, J. R. Direito do Consumidor. 16ª ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2017.

MARQUES, Cláudia Lima et al. Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto. 9. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010.

MARQUES, Cláudia Lima. 25 anos de Código de Defesa do Consumidor e as sugestões traçadas pela revisão de 2015 das diretrizes da ONU de proteção dos consumidores para a atualização. In: MARQUES, C.L.; MIRAGEM, B.; OLIVEIRA, A. F. 25 anos do Código de Defesa do Consumidor: trajetórias e perspectivas. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 8. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2017.

MARQUES, Cláudia Lima. Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor: (um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico). São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2004.

MARTINS, Fran. Curso de direito do consumidor. 9. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2019.

MARTINS, Guilherme Magalhães; MELO, Gustavo Ferraz de. Direito do Consumidor Internacional. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2015.

Microsoft. "Perguntas frequentes sobre o Virginia Consumer Data Protection Act (VCDPA)." Microsoft Compliance. [Online] Disponível em: <https://learn.microsoft.com/pt-br/compliance/regulatory/vcdpa-faq>. Acessado em: 11 de dezembro de 2022.

NUNES, Luiz Antônio Rizzatto. Curso de direito do consumidor. 11. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

ONU. (2021). Consumer protection. United Nations. Disponível em: <https://www.un.org/en/sections/issues-depth/consumer-protection/>. Acesso em: 18 fev. 2023.

PACHECO, Talita Ferreira et al. A vulnerabilidade do consumidor no comércio eletrônico internacional à luz das normas de direito internacional privado. *Âmbito Jurídico*, 2018. Disponível em: <https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-171/a-vulnerabilidade-do-consumidor-no-comercio-eletronico-internacional-a-luz-das-normas-de-direito-internacional-privado/>. Acesso em: 01 de jun de 2022.

PEREIRA, Antonio Celso Alves. Direito Internacional Privado. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2013

Pesquisa de Documentos Jurídicos. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios, 2019. Disponível em: https://pesquisajuris.tjdft.jus.br/IndexadorAcordaos-web/sistj?visaoId=tjdf.sistj.acordaoeletronico.buscaindexada.apresentacao.VisaoBuscaAcordao&controladorId=tjdf.sistj.acordaoeletronico.buscaindexada.apresentacao.ControladorBuscaAcordao&visaoAnterior=tjdf.sistj.acordaoeletronico.buscaindexada.apresentacao.VisaoBuscaAcordao&nomeDaPagina=resultado&comando=abrirDadosDoAcordao&enderecoDoServlet=sistj&historicoDePaginas=buscaLivre&quantidadeDeRegistros=20&baseSelecionada=BASE_ACORDAOS&numeroDaUltimaPagina=1&buscaIndexada=1&mostrarPaginaSelecaoTipoResultado=false&totalHits=1&internet=1&numeroDoDocumento=1188548. Acesso em: 26 de maio de 2022.

PFEIFFER, Roberto. Comércio Exterior: Teoria e Gestão. 2ª ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2016.

PIMENTEL, Luiz Otávio de Oliveira. Código de Defesa do Consumidor: aspectos históricos e jurídicos. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2013.

Princípio da vulnerabilidade do consumidor. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios, 2021. Disponível em: <https://www.tjdft.jus.br/consultas/jurisprudencia/jurisprudencia-em-temas/cdc-na-visao-do-tjdft-1/principios-do-cdc/principio-da-vulnerabilidade-do-consumidor-1#:~:text=A%20vulnerabilidade%20%C3%A9%20o%20conceito,ser%20aferida%20no%20caso%20concreto>. Acesso em: 28 de maio de 2022.

Projeto de Lei do Senado nº 281/2012. Senado.leg, 2012. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=4181391&ts=1630426495548&disposition=inline>. Acesso em: 28 de out de 2022.

Ramos, A. C. (2010). Solução de conflitos em matéria de consumo e o comércio internacional: Reflexões sobre a Conferência de Haia de Direito Internacional Privado. In *Direito Internacional em Perspectiva: Coletânea de Estudos em Homenagem a Jacob Dolinger* (pp. 335-346). Rio de Janeiro: Lumen Juris.

Ramos, A. C. P., & Ferreira, M. P. (2016). Tutela internacional do consumidor: desafios e perspectivas. *Revista de Direito Internacional*, 13(2).

RAMOS, Guilherme Luiz de Almeida; FERREIRA, Tatiana da Silva. O Direito Internacional do Consumidor e a proteção aos consumidores na sociedade globalizada. *Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM, Santa Maria*, v. 11, n. 2, p. 310-330, maio-ago. 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/revistadireito/article/view/21529>. Acesso em: 04 mar. 2023.

Reale, Miguel. Lições preliminares de direito. p. 15-16. São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

Referência: Oliveira, M. A. C. (2014). A proteção dos direitos do consumidor como instrumento de justiça social. *Revista de Direito do Consumidor*.

Referência: RAMOS, C. S.; FERREIRA, D. M. Direito Internacional do Consumidor: um novo ramo do Direito Internacional? *Revista de Direito Internacional, Brasília*, v. 13, n. 2, 2016.

Regras do E-commerce adequadas para a era digital. UNIÃO EUROPEIA. Parlamento Europeu. Diretiva 2000/31/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 8 de junho de 2000, relativa a certos aspetos legais dos serviços da sociedade de informação, em especial do comércio eletrônico, no mercado interno. [S.l.], 2000. Disponível em: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/652728/IPOL_BRI\(2020\)652728_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/652728/IPOL_BRI(2020)652728_EN.pdf). Acesso em: 28 de setembro de 2022.

Resolução 39/248 da Assembleia Geral das Nações Unidas. (1985). Resolução adotada pela Assembleia Geral sobre as Diretrizes para a Proteção dos Consumidores. Disponível em: <https://undocs.org/A/RES/39/248>. Acesso em: 18 de março de 2023.

Resolução da Organização das Nações Unidas (ONU) n.º 39/248, de 16 de abril de 1985 (em inglês). Egov, 2011. Disponível em: <https://egov.ufsc.br/portal/conteudo/resolu%C3%A7%C3%A3o-da-organiza%C3%A7%C3%A3o-das-na%C3%A7%C3%B5es-unidas-onu-n%C2%BA-39248-de-16-de-abril-de-1985-em-ingl%C3%AAs>. Acesso em: 25 de abr de 2022.

Senado Aprova Regulamentação do Comércio Eletrônico. Senado Notícias, 2015. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2015/09/30/senado-aprova-regulamentacao-do-comercio-eletronico>. Acesso em: 28 de maio de 2022.

SILVA, De Plácido e. Vocabulário jurídico. 29. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2012.

SILVA, Fernando Fonseca da. A internacionalização do e-commerce brasileiro: a entrada da JD.com no Brasil. 2020. 83f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade de Administração e Finanças, Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, 2020.

Superior Tribunal de Justiça (STJ). Agravo em Recurso Especial nº 196780 MS 2012/0132545-5. Relator: Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva. Publicado no Diário da Justiça em 11 de novembro de 2014.

TARTUCE, Flávio et al. A reforma do Código de Defesa do Consumidor. Comentários ao PL 281/2012 e algumas sugestões. Revista Direito do Consumidor, 2018. Disponível em: <https://revistadedireitodoconsumidor.emnuvens.com.br/rdc/article/view/373>. Acesso em: 28 de maio de 2022.

TJUE, C-381/08, Küçükdeveci v. Swedex GmbH & Co KG, acórdão de 19 de janeiro de 2010. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:62008CJ0381:EN:HTML>. Acesso em: 29 mar. 2023.

UNIÃO EUROPEIA. Diretiva 2000/31/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 8 de junho de 2000, relativa a certos aspetos legais dos serviços da sociedade de informação, em especial do comércio eletrónico, no mercado interno. EUR-Lex, [S.l.], 2000. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=celex%3A32000L0031>. Acesso em: 15 de maio de 2023.

UNIÃO EUROPEIA. Parlamento Europeu. Como a UE pretende reforçar a proteção dos consumidores. Parlamento Europeu. [S.l.], 2021. Disponível em: <https://www.europarl.europa.eu/news/pt/headlines/priorities/protecao-dos-consumidores-na-ue/20210506STO03603/como-a-ue-pretende-reforcar-a-protecao-dos-consumidores>. Acesso em: 18 de abril de 2023.

VARELLA, Marcelo Dias. Direito do Consumidor: Fundamentos e Sistemas. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2018.

VIGNERON, Franck; JOHNSON, Lester W. International Consumer Behavior: Theory and Practice. London: Sage Publications, 2020.

Villey, Michel. Filosofia do Direito. Trad. de José Cremonese e outros. p. 11-12. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

WAMBIER, Teresa Arruda Alvim. Primeiros comentários ao novo código de processo civil: artigo por artigo. 2. ed. São Paulo: RT, 2015.