

CONSUMO TRANSNACIONAL: O CONSUMIDOR, SUA PROTEÇÃO E O MERCADO

Raphael Carvalho de Vasconcelos*

Resumo: A compra de um produto ou serviço diretamente no exterior por adquirente final e o consumo de mercadorias à distância constituem as duas principais formas, nas quais o consumo transnacional se verifica. Essa nova dinâmica contratual, resultado do desenvolvimento dos meios de transporte e de comunicação, repercute não apenas na disciplina da proteção do consumidor, mas também diretamente no direito empresarial e demanda atuação da doutrina, dos tribunais e dos legisladores na solução de problemas decorrentes. Importantes ensinamentos podem ser extraídos da aplicação da teoria econômica ao direito em meio às dificuldades de harmonização do direito internacional privado aos axiomas constitucionais. Novos paradigmas foram propostos pela jurisprudência nos últimos anos, os quais trouxeram ao ordenamento nacional grande expectativa à evolução da proteção do consumidor nos negócios jurídicos multiconectados. Nesse contexto, desdobramentos teóricos mostram-se necessários à elaboração de propostas regulatórias no âmbito dos direitos marcário e societário de forma a se garantir maior proteção ao vulnerável sem prejuízo à segurança e à previsibilidade, essenciais ao correto funcionamento do mercado.

Palavras-chave: consumo transnacional; análise econômica do direito; direito internacional privado; direito empresarial.

Sumário: Introdução; 1 Consumo Transnacional e Custos do Direito; 2 Consumo e Proteção do Consumidor Transnacional; 3 Direitos Humanos e Consumo Transnacional: Novas Perspectivas; 4 Custos e Limites da Proteção do Consumidor Transnacional; 4.1 Marcas e Direito do Consumidor; 4.2 Direito do Consumidor, a Pessoa Jurídica e seus Sócios; 5 Conclusão; 6 Bibliografia

Introdução

O desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação e transporte, o fim de barreiras comerciais e a facilitação dos mecanismos de pagamento e de transferência de recursos são apenas alguns dos fatores que permitiram o surgimento do consumo transnacional. A compra de um produto ou serviço diretamente no exterior por adquirente final e o consumo de mercadorias à distância constituem as duas principais modalidades, nas quais essa espécie contratual pode ser identificada.

Tendo a segurança institucional garantida pela estabilidade das regras jurídicas como parâmetro, propõe-se aqui uma investigação – ainda inacabada – acerca das reações do direito às demandas da sociedade relacionadas ao consumo multiconectado e a análise crítica e propositiva das soluções para o problema ensaiadas pela doutrina e pela jurisprudência.

A pesquisa busca orientação nos ensinamentos da teoria econômica aplicada ao direito, a qual é apresentada de maneira pouco aprofundada no primeiro capítulo que traz também um breve panorama do consumo transnacional na atualidade. No segundo capítulo constrói-se um panorama geral da forma como o consumo transnacional é tradicionalmente tratado pela doutrina e jurisprudência e demonstram-se as dificuldades

de se harmonizar o direito internacional privado com os axiomas da Constituição federal de 1988.

O terceiro capítulo traz o novo paradigma proposto pelo acórdão do recurso especial nº. 63.981 - SP e as expectativas dele decorrentes para a evolução da proteção do consumidor no Brasil. O quarto e último capítulo parte, principalmente, das omissões da referida decisão-marco para, em um segundo momento, analisar desdobramentos teóricos necessários e elaborar propostas regulatórias no âmbito dos direitos marcário e societário. Tudo sob a perspectiva da teoria econômica aplicada ao direito.

1 Consumo Transnacional e Custos do Direito

O direito do consumidor tem sua origem¹, como ramo jurídico específico e tal qual as regras que disciplinam as relações de trabalho², na regulamentação da atividade mercantil que, de forma historicamente autônoma, sistemática e especializada, há vários séculos orienta e regula a atividade econômica organizada com fins lucrativos³.

A autonomia do direito consumerista permitiu que as relações entre fornecedores e adquirentes finais de mercadorias e serviços tivessem suas idiossincrasias sedimentadas em regras e princípios específicos, que ao longo de seu processo de desenvolvimento sofreram no século XX a influência direta do reconhecimento de direitos inalienáveis do ser humano⁴. O mercado não se manteve, assim, alheio e foi gradativamente permeado pelos chamados direitos humanos, exaltados tanto pela doutrina jusnaturalista quanto nas legislações positivistas protetivas surgidas mormente no pós-guerra⁵ como axiomas cogentes informadores do direito.

No caso específico do Brasil, a incorporação do princípio da solidariedade à constituição de 1988⁶ teve reflexos diretos nas relações de consumo, as quais foram, inclusive, alçadas ao patamar constitucional e figuram hoje no elenco dos chamados direitos fundamentais indisponíveis⁷. Paralelamente aos novos paradigmas estabelecidos

¹ * Mestre em Direito Internacional pela Universidade de São Paulo, Doutorando em Direito Internacional pela Universidade de São Paulo, professor da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Advogado. Contato: raphaelvasconcelos@ig.com.br
FORGIONI, Paula A. A evolução do direito comercial brasileiro: da mercancia ao mercado. São Paulo: RT, 2009. pp. 135-136.

² Cumpre ressaltar que as relações de trabalho, ainda que pudessem ser inseridas no âmbito do direito comercial, eram regidas pela legislação civil no código de 1916 como locação de serviços. Ibid. pp. 151-153.

³ Alusão ao conceito de empresa, perfil funcional, extraível do artigo 966 do código civil de 2002 que trata do empresário, perfil subjetivo de empresa. BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002.

⁴ CANÇADO TRINDADE, Antônio Augusto. A proteção internacional dos direitos humanos e o Brasil. Brasília: UnB, 1998. p. 23.

⁵ FERRAZ JÚNIOR. Tercio Sampaio. Direito constitucional – liberdade de fumar, privacidade, estado, direitos humanos e outros temas. Barueri: Manole, 2007. p. 519.

⁶ BOBBIO, Norberto. Teoria geral da política - a filosofia e as lições dos clássicos. Trad. Daniela Beccaccia Versiani. Rio de Janeiro: Campus, 2000. p. 481.

⁷ CANOTILHO, J.J. Gomes. Direito constitucional e teoria da constituição. Coimbra: Almedina, 2003. p. 377.

pelo direito para o consumo, questões absolutamente fáticas se impuseram às relações humanas e demandam hoje soluções para os novos problemas que se apresentam. O desenvolvimento tecnológico diminuiu as distâncias e o intercâmbio transnacional de mercadorias se libertou das relações comerciais entre fornecedores permitindo que consumidores buscassem produtos diretamente no exterior com maior facilidade.

Nesse contexto, grande parte dos sinalagmas contratuais entre comerciantes e adquirentes finais apresenta hoje dificuldades de localização territorial e, portanto, de encerramento dos liames em ordenamentos jurídicos nacionais específicos. O consumo, assim como o ocorrido outrora com as trocas entre comerciantes, multiconectou-se e comumente envolve hodiernamente várias ordens legais distintas.

Tal fenômeno descrito se constata, por exemplo, na popularização das compras por meio da rede mundial de computadores com entrega em domicílio realizada frequentemente por serviço postal oficial ou autorizado. Ainda que barreiras alfandegárias subsistam para produtos oriundos do exterior das atuais zonas de livre comércio e das uniões aduaneiras, poucas restrições a importações por tais meios restam a não ser, principalmente, aquelas relacionadas às obrigações tributárias exigidas na ordem legal do domicílio do consumidor⁸.

Além da opção pelo mercado *online*, os adquirentes finais possuem hoje grande facilidade de locomoção e não raramente incluem em seus roteiros de viagem ao exterior programações de consumo. A transposição das barreiras físicas dos Estados por lazer ou a trabalho não é mais reconhecida hoje como privilégio de seletos membros abastados da sociedade. Nessa toada e conseqüentemente, também o consumo de produtos diretamente no exterior popularizou-se.

Se, por um lado, a produção legislativa não conseguiu regulamentar ainda todas as relações consumeristas, grande pode ser a mútua contribuição entre o direito e a economia para propor soluções a questões da vida em sociedade⁹. Forte resistência existe, entretanto, àquilo que convencionou-se denominar Análise Econômica do Direito - AED. Críticos apontam, nesse sentido, principalmente as diferenças metodológicas existentes entre a economia e o direito como fator teórico pretensamente insuperável. Aduz-se comumente, sob tal perspectiva, que enquanto o direito se

⁸ Faz-se menção indireta, aqui, às iniciativas de integração regional tal qual descrito em MERCADANTE, Araminta de Azevedo. Os aspectos institucionais da integração latino-americana. In: Revista de Informação Legislativa Abril-Junho, 1971. p. 74.

⁹ Adam Smith e Jeremy Bentham buscavam já no século XVIII demonstrar a importância de tal análise interdisciplinar, mas apenas nos anos 60 do século XX, contemporaneamente ao desconforto com a modernidade característico dos anos que sucederam à segunda guerra mundial, esse diálogo ganhou notoriedade com a publicação de COASE, Ronald. Harry. The problem of Social Cost. Journal of Law and Economics, vol. 3, 1960, professor da Universidade de Chicago. Mais em SZTAJN, Rachel. "Law and economics". Revista do Direito Mercantil, Industrial, Econômico e Financeiro. Nº137, Ano XXIV, Janeiro-Março/2005. pp. 227-238. p. 227.

ocuparia de valores (ética e moral), a economia se ocuparia apenas da maximização de resultados pela eficiência¹⁰.

No campo patrimonial, entretanto, a perspectiva da criação ou eliminação de custos de transação¹¹ mostra-se bastante útil não apenas à identificação da possibilidade de promoção do bem-estar geral por uma regra jurídica, mas também, por exemplo, à aferição de conseqüências indesejáveis decorrentes de decisões judiciais aparentemente benéficas.

2 Consumo e Proteção do Consumidor Transnacional

Ainda que seja possível encontrar em iniciativas internacionais elementos determinantes ao incremento da proteção do consumidor¹², o direito consumerista se desenvolveu, conforme mencionado, principalmente no interior dos ordenamentos jurídicos nacionais, os quais pouco se ocuparam, conseqüentemente, da aquisição transfronteiriça de bens por particulares.

Ressalta-se, nesse contexto, que as legislações protetivas têm como principal marca a busca pela eliminação de eventuais desequilíbrios que possam existir entre adquirentes finais de produtos e fornecedores dos mesmos. Pontualmente quanto ao acesso à informação, é de se perceber, ainda, que nesse tipo de relação contratual muito difícil se faz o estabelecimento de relações de confiança duradouras¹³, isto é, capazes de diminuir os custos de transação e de trazer maior segurança e previsibilidade ao adquirente, reduzindo sua vulnerabilidade¹⁴.

Tampouco nas regras de direito internacional privado encontram-se dispositivos específicos para a solução de conflitos oriundos da aquisição de produtos de fornecedores estrangeiros. Para a solução de eventuais conflitos, há que se fazer uso, em regra, da legislação geral de conflito de leis e de jurisdições, a qual não se estrutura em linha com os princípios gerais de proteção ao consumidor¹⁵.

No que se refere ao foro, aplicadas são no Brasil, nesse mesmo raciocínio e em regra, os dispositivos dos artigos 12 da Lei de Introdução do Código Civil de 1942 –

¹⁰ FORGIONI, Paula. Análise econômica do direito: paranóia ou mistificação? Revista do Tribunal Regional Federal 3ª Região. Número 77 – maio/junho – 2006. pp. 35-61. p. 51.

¹¹ No sentido dado pelos economistas e adotado pela teoria econômica aplicada ao direito conforme ressaltado por SZTAJN, Rachel. Os custos provocados pelo direito. Revista do Direito Mercantil, Industrial, Econômico e Financeiro. Nº112, Ano XXXVI, Outubro-Dezembro/1998. pp. 75-78. p. 76.

¹² Por exemplo: Organização das Nações Unidas. Resolução nº 39/248 - 1985. MARQUES, Cláudia Lima. A insuficiente proteção do consumidor nas normas de Direito Internacional Privado: da necessidade de uma Convenção Interamericana (CIDIP) sobre a lei aplicável a alguns contratos e relações de consumo. São Paulo: RT, 2002. p. 06.

¹³ Consideração feita por FORGIONI, Paula. Teoria geral dos contratos empresariais. São Paulo: RT, 2009. p. 95, para relações comerciais serve, entretanto, muito bem para a questão consumerista aqui levantada.

¹⁴ FORGIONI, Paula. Op. Cit. Nota 10.

¹⁵ MARQUES, Cláudia Lima. Op. Cit. Nota 12. p. 21.

LICC e 88 e 89 do Código de Processo Civil brasileiro que não trazem em seu rol, em interpretação assistemática, a possibilidade de incluir na jurisdição brasileira o julgamento de lides relacionadas às duas situações de consumo aqui estudadas.

Doutrinadores se insurgem, assim, contra a recorrente aplicação das normas clássicas do direito internacional privado, que dispõem sobre a lei aplicável e jurisdição e tendem a beneficiar os fornecedores¹⁶ exaltando, de maneira sistemática e tendo por base os axiomas constitucionais¹⁷, a preferência da normativa do CDC e, portanto, da regra de conexão mais favorável ao consumidor¹⁸.

3 Direitos Humanos e Consumo Transnacional: Novas Perspectivas

Inexistindo regras específicas para a proteção do consumidor transnacional no corpo normativo composto pelo CDC e pelas garantias fundamentais que reconhecem de forma axiológica a vulnerabilidade do adquirente final e o desequilíbrio de sua relação com o fornecedor de produtos e serviços, doutrina e jurisprudência buscam atualmente construir mecanismos jurídicos hábeis a suprir tais lacunas e a garantir o cumprimento do estabelecido na constituição.

Quanto à aquisição de produtos no exterior por consumidores domiciliados no Brasil, exemplo de grande repercussão que reflete muito bem o acolhimento das demandas de proteção ao consumo transnacional pelos tribunais pode ser extraído de acórdão prolatado pelo Superior Tribunal de Justiça em Recurso Especial nº. 63.981 – SP - que buscava reverter decisão de primeiro grau confirmada em sede recursal que rejeitava a responsabilização da sociedade empresária Panasonic do Brasil LTDA por vícios em produto da mesma marca produzido por pessoa jurídica norte-americana e adquirido por brasileiro no exterior¹⁹.

Os ministros do referido tribunal acolheram as pretensões do adquirente do produto tecendo diversas considerações acerca das características do mercado na atualidade - como a facilidade de se consumir no exterior²⁰ - e fundamentaram a responsabilização da pessoa jurídica brasileira pelo produto negociado por sua correlata

¹⁶ De fato, a aplicação do artigo 9º da referida lei de forma conjugada com os dispositivos mencionados anteriormente que disciplinam os limites da jurisdição brasileira, não se torna difícil advogar, por exemplo, pelo afastamento da possibilidade de apreciação pelo judiciário brasileiro de conflitos relacionados à aquisição de produto no exterior por consumidor domiciliado no Brasil e pela determinação do direito do local da celebração do contrato como o aplicável à solução do caso concreto.

¹⁷ Sobre o assunto, CANARIS, Claus-Wilhelm. Pensamento Sistemático e Conceito de Sistema na Ciência do Direito. Introdução e tradução de Antônio Menezes Cordeiro. 3ª. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2002.

¹⁸ MARQUES, Cláudia Lima. A proteção do consumidor de produtos e serviços estrangeiros no Brasil: primeiras observações sobre os contratos à distância no comércio eletrônico. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo: Revista dos Tribunais, Ano 11, nº 41, p. 39-80, jan./mar. 2002, p. 67.

¹⁹ SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA RECURSO ESPECIAL Nº 63.981 - SP (1995/0018349-8) – Relator: Min. Aldir Passarinho Júnior.

²⁰ Ibid.

estrangeira na identidade da marca e na necessidade de correção do desequilíbrio entre consumidor e fornecedor nos contratos multiconectados²¹. O referido acórdão é passível, entretanto, de diversas críticas mormente pela falta de profundidade da análise de determinadas questões fundamentais diretamente relacionadas ao litígio.

Inegável se faz, de qualquer modo, que o superior tribunal pode ter assinalado com construção argumentativa nessa linha uma modificação de paradigma na proteção do consumidor quando da aquisição de produtos de fornecedores residentes no exterior. É de se reconhecer no acórdão – em meio ao reconhecimento da legitimidade passiva da pessoa jurídica brasileira - a tendência de ampliação da abrangência da determinação de competência estabelecida no artigo 101, I do CDC para solucionar conflitos de jurisdição e trazer ao judiciário brasileiro a solução de litígios decorrentes de consumo transnacional, nos quais o consumidor resida no território brasileiro²².

O reconhecimento do privilégio de foro do consumidor também nos contratos internacionais de consumo é, de certo, demanda latente na doutrina consumerista nacional e, caso venha a ser acolhida pelos tribunais, deverá ser aplicada tanto nos casos de produtos adquiridos diretamente no exterior quanto nos contratos à distância com fornecedores estrangeiros.

4 Custos e Limites da Proteção do Consumidor Transnacional

Um empresário – tanto individual quanto sociedade empresária – conduz sua atividade, ainda que de forma intuitiva, analisando constantemente os riscos e, conseqüentemente, os custos das obrigações que assume e pretende assumir. Custos de transação constituem um aspecto intrínseco das instituições e da tecnologia desenvolvidas pelos seres humanos para interagir negocialmente²³.

Segurança e previsibilidade são os vetores, portanto, que orientam a análise econômica aplicada ao direito. Em nenhuma medida se trata de favorecer os agentes de mercado sob o prisma da eficiência ainda que em detrimento do vulnerável trabalhador ou consumidor. Nesse sentido, observa-se que as garantias à proteção do consumidor

²¹ Ibid.

²² Gize-se que no referido acórdão não houve exame da competência internacional da justiça brasileira, mas atribuição de legitimidade passiva *ad causam* do fornecedor nacional.

²³ NORTH, Douglas. Institutions, transaction costs, and the rise of merchant empires. In: TRACY, J.D. (ed). The Political Economy of Merchant Empires – State Power and World Trade, 1350-1750. Cambridge: Cambridge University Press, 1991. p. 22. COASE, Ronald Harry. The nature of the firm. *Economica*, New Series, Vol. 4, N° 16. (Nov. 1937), pp. 386-405. em pp. 390-391 sugere a divisão dos custos de transação em dois grupos: custos de coleta de informação e custos de negociação e estabelecimento de um contrato. CHEUNG apud FARINA, Elisabeth Maria Mercier Querido. *Competitividade: mercado, estado e organizações*. São Paulo: Singular, 1997. p. 57. amplia tal divisão e divide os custos de transação em quatro grupos: custos de elaboração e negociação de contratos, mensuração e fiscalização de direitos de propriedade, monitoramento do desempenho e organização de atividades – os dois primeiros mais ligados ao mercado e os dois últimos à firma. FARINA, *ibid*, p. 58., adiciona ainda os custos de adaptação às mudanças do sistema econômico. FORGIONI, Paula. *Op. Cit.* Nota 22, pp. 75-76.

podem, inclusive, trazer conseqüências positivas ao ambiente negocial dissipando eventuais custos de transação inicialmente surgidos.

4.1 Marcas e Direito do Consumidor

Posicionado o registro de marca no âmbito da propriedade industrial, podem ser percebidas em sua regulamentação nítidas preocupações relacionadas ao direito da concorrência. Sua função individualizadora de seu titular no mercado, decorrente da exclusividade de exploração em ramos específicos de atividade – princípio da especialidade, constitui exemplo nítido da interface apontada posto estabelecer limites à livre iniciativa, impedindo o uso dos sinais distintivos registrados por outros agentes econômicos desautorizados.

É de se apontar, ainda, o reconhecimento da notoriedade de uma determinada marca, o qual, pela mitigação dos princípios da especialidade e da territorialidade, tem por finalidade impedir o enriquecimento sem causa pela exploração não autorizada ou por meio da chamada concorrência parasitária²⁴.

No caso do consumo transnacional é de se observar que a tutela conferida à marca considerada notória pode muito bem servir de argumento à proteção do consumidor que adquire um produto diretamente no exterior ou compra à distância mercadoria de marca explorada no mercado brasileiro. Nesse sentido, se o direito da propriedade industrial reconhece uma vantagem ao titular da marca em decorrência de sua notoriedade, também o direito do consumidor poderia reconhecer uma responsabilidade oriunda desse reconhecimento global. Se o mercado do titular da marca notória é global e isso é reconhecido pelo direito marcário, também o direito do consumidor poderia reconhecer, como contraponto lógico, a mundialização de seu mercado consumidor.

4.2 Direito do Consumidor, a Pessoa Jurídica e seus Sócios

Estruturados na interface entre o direito do consumidor e o direito marcário, os argumentos que estendem ao mercado mundial a responsabilização pelo produto com base na proteção da notoriedade esbarram, todavia, na inexistência de identidade entre a sociedade empresária nacional que se usa da propaganda global e a pessoa jurídica estrangeira parte do negócio jurídico transnacional. A preferência historicamente dada ao acionista controlador na disciplina legal das companhias, por exemplo, conduz à

²⁴ BARBOSA, Denis Borges. Uma introdução à propriedade intelectual. Rio de Janeiro: Lúmen Júris, 1997. p. 122. Ibid. p. 256. Vide também artigo VI da Convenção de Paris e artigos 124, XXIII, 125 e 126 do Código da Propriedade Industrial - BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996.

mencionada confusão e outorga aos minoritários²⁵, muitas vezes, a retirada da participação acionária como única alternativa ao desconforto com decisão tomada pelos participantes do bloco de controle.

O alargamento da responsabilidade por vícios traduz-se economicamente como incremento dos riscos do negócio, o qual tende a ser levado em consideração pelo sócio-investidor no momento de sua adesão à sociedade²⁶. Normas legais devem, consagrada a centralidade do homem, tutelar vulnerabilidades e a análise econômica, gize-se, não se opõe, em princípio, a esse papel e apenas exige que o direito estabeleça regras claras para o mercado hábeis a trazer maior segurança e previsibilidade às relações e a reduzir, portanto, os custos de transação.

De qualquer maneira, a responsabilização transnacional da pessoa jurídica nacional que tenha entre seus sócios – controladores ou não - o titular estrangeiro da marca deve ser, portanto, regulamentada de maneira bastante detalhada para que eventuais custos de transação sejam incluídos na análise de risco do investidor interessado em aderir à sociedade²⁷.

O aumento de riscos sem regulamentação apropriada pode, em linha com todo o acima considerado, enfraquecer o mercado e causar danos à sociedade. O incremento dos custos de organização da firma global²⁸ pela internalização heterodoxa dos contratos de consumo transnacional pode, na incerteza quanto aos riscos, interferir no custo do aumento de capital, isto é, na atração de investidores minoritários. Estendida às licenças, por outro lado, a responsabilização do licenciado poderia, inclusive, inviabilizar a exploração de marcas notórias no Brasil.

5 Conclusão

A complexidade dessas novas relações jurídicas gera, entretanto, uma série de desafios ao direito. Doutrina e jurisprudência encontram atualmente, nesse contexto, certa dificuldade de harmonizar as conquistas – e exigências – da proteção à

²⁵ A minoria tem interesses como tal, é dizer, de, em determinados casos, afastar o princípio majoritário das decisões, mas encontra, em regra, muita dificuldade para atingir tal objetivo. Duas são as áreas de proteção das minorias na estrutura das companhias na legislação nacional: os direitos essenciais dos acionistas e o direito à informação. No que se refere à proteção geral do acionista, tratam-se de direitos individuais inderrogáveis, os quais não podem ser modificados na assembléia pela maioria e encontram-se elencados no artigo 109 da lei 6404/76 – lucros sociais, acervo na liquidação, transferibilidade das ações, fiscalização, preferência na subscrição e retirada. Detalhadamente em BULGARELLI, Waldirio. Regime jurídico da proteção às minorias nas S/A. Rio de Janeiro: Renovar, 1998.

²⁶ SZTAJN, Rachel. Op. Cit. Nota 11. p. 75.

²⁷ Ressalta-se a possibilidade de ocorrência de uma seleção adversa que afastaria sócios investidores. Estudo detalhado dos efeitos da seleção adversa em AKERLOF, George. The market for lemons: qualitative uncertainty and the market mechanism. Quarterly Journal of Economics. 84 (1970): 488-500.

²⁸ Aqui no sentido de COASE, Op. Cit. Nota 23, o qual, conforme visto, poderia incluir tanto as sociedades quanto as licenciadas.

vulnerabilidade do consumidor com a disciplina do direito empresarial que dá tônica às relações multiconectadas.

Os contratos de consumo se submetem, ainda e em tese, às regras do direito internacional privado, as quais não responderam, no Brasil, de maneira satisfatória ao mandamento constitucional de proteção ao consumidor. A jurisprudência tenta, conforme observado no julgamento do Recurso Especial nº. 63.981, efetivar a proteção do consumidor vulnerável, mas ao fazê-lo não traz respostas consistentes a questões que envolvem, por exemplo, os direitos marcário e societário.

A aplicação da perspectiva econômica ao direito, proposta neste trabalho, pode mostrar-se hábil, conforme se tentou demonstrar, a compatibilizar a necessidade de se proteger o vulnerável com os interesses dos empresários no mercado estabelecendo como premissa maior a necessidade de se instituírem regras claras que tragam maior segurança e previsibilidade às trocas comerciais.

No que se refere especificamente à proteção das chamadas marcas notórias, é de se perceber que a proteção conferida pelo direito da propriedade industrial pode muito bem servir de argumento favorável à responsabilização transnacional do fornecedor que, gozando dos benefícios de sua notoriedade, poderia sujeitar-se aos ônus derivados da universalização de seu mercado consumidor. O direito marcário pode muito bem, assim, mostrar-se forte aliado da tutela internacional do consumidor.

Sob a ótica do direito societário, entretanto, percebe-se que a solução que se desenha na jurisprudência atual mostra-se extremamente danosa ao mercado. Nesse sentido, a pessoa jurídica nacional que explora a marca notória não deve ser aleatoriamente confundida com sua correspondente estrangeira sob pena de se incrementarem os riscos do negócio no Brasil por circunstâncias alheias, por exemplo, aos sócios – minoritários ou não – que compõem a pessoa jurídica nacional conjuntamente com a pessoa jurídica estrangeira titular originária da marca.

De todo o panorama que se tentou estabelecer no presente estudo é de se concluir que o consumidor pode e deve à luz da perspectiva econômica aplicada ao direito ser protegido pelo direito. A atuação do legislador se faz extremamente urgente e necessária à adaptação, por exemplo, das regras de direito internacional privado e direito societário aos ditames constitucionais protetivos acolhidos pelo código de defesa do consumidor. Enquanto tais adaptações não são realizadas de maneira eficiente, a jurisprudência deve ser cautelosa ao responder aos clamores doutrinários e evitar que a proteção ao consumo apresente conseqüências danosas ao mercado e prejudique

terceiros que, nem mesmo indiretamente, faziam parte da relação jurídica contratual original.

6 Bibliografia

- AKERLOF, George. **The market for lemons: qualitative uncertainty and the market mechanism.** Quarterly Journal of Economics. 84 (1970): 488-500
- BARBOSA, Denis Borges. **Uma introdução à propriedade intelectual.** Rio de Janeiro: Lúmen Júris, 1997.
- BOBBIO, Norberto. **Teoria geral da política - a filosofia e as lições dos clássicos.** Trad. Daniela Beccaccia Versiani. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- BULGARELLI, Waldirio. **Regime jurídico da proteção às minorias nas S/A.** Rio de Janeiro: Renovar, 1998.
- CANARIS, Claus-Wilhelm. **Pensamento Sistemático e Conceito de Sistema na Ciência do Direito.** Introdução e tradução de António Menezes Cordeiro. 3ª. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2002.
- CANÇADO TRINDADE, Antônio Augusto. **A proteção internacional dos direitos humanos e o Brasil.** Brasília: UnB, 1998.
- CANOTILHO, J.J. Gomes. **Direito constitucional e teoria da constituição.** Coimbra: Almedina, 2003.
- COASE, Ronald Harry. **The nature of the firm.** *Economica*, New Series, Vol. 4, Nº 16. (Nov. 1937), pp. 386-405.
- _____. **The problem of Social Cost.** *Journal of Law and Economics*, vol. 3, 1960.
- FARINA, Elisabeth Maria Mercier Querido. **Competitividade: mercado, estado e organizações.** São Paulo: Singular, 1997.
- FERRAZ JÚNIOR, Tercio Sampaio. **Direito constitucional – liberdade de fumar, privacidade, estado, direitos humanos e outros temas.** Barueri: Manole, 2007.
- FORGIONI, Paula. **Análise econômica do direito: paranóia ou mistificação?** *Revista do Tribunal Regional Federal 3ª Região.* Número 77 – maio/junho – 2006. pp. 35-61
- _____. **A evolução do direito comercial brasileiro: da mercancia ao mercado.** São Paulo: RT, 2009.
- _____. **Teoria geral dos contratos empresariais.** São Paulo: RT, 2009.
- HENKIN, Louis. **The age of rights.** New York : Columbia University Press, 1990.
- MARQUES, Cláudia Lima. **A proteção do consumidor de produtos e serviços estrangeiros no Brasil: primeiras observações sobre os contratos à distância no comércio eletrônico.** *Revista de Direito do Consumidor,* São Paulo: Revista dos Tribunais, Ano 11, nº 41, p. 39-80, jan./mar. 2002.
- _____. **A insuficiente proteção do consumidor nas normas de Direito Internacional Privado: da necessidade de uma Convenção Interamericana (CIDIP) sobre a lei aplicável a alguns contratos e relações de consumo.** São Paulo: RT, 2002.
- MERCADANTE, Araminta de Azevedo. **Os aspectos institucionais da integração latino-americana.** In: *Revista de Informação Legislativa* Abril-Junho, 1971.
- NORTH, Douglas. **Institutions, transaction costs, and the rise of merchant empires.** In: TRACY, J.D. (ed). *The Political Economy of Merchant Empires – State Power and World Trade, 1350-1750.* Cambridge : Cambridge University Press, 1991.
- POSNER, Richard A. **Economic Analysis of Law.** Boston: Little Brown, 1992
- SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. **RECURSO ESPECIAL Nº 63.981 - SP (1995/0018349-8) –** Relator: Min. Aldir Passarinho Júnior.
- SZTAJN, Rachel. **Os custos provocados pelo direito.** *Revista do Direito Mercantil, Industrial, Econômico e Financeiro.* Nº112, Ano XXXVI, Outubro-Dezembro/1998. pp. 75-78.
- _____. **“Law and economics”.** *Revista do Direito Mercantil, Industrial, Econômico e Financeiro.* Nº137, Ano XVIV, Janeiro-Março/2005. pp. 227-238.