

A garantia dos bens de consumo adquiridos no Exterior

*Igor Silveira Santana Santos**

SUMÁRIO: 1 Introdução; 2 Globalização e acesso a diversos mercados de consumo; 3. Vulnerabilidade dos consumidores no âmbito internacional; 4 Garantia dos bens de consumo adquiridos no exterior e possibilidades no Judiciário brasileiro – 4.1 Delimitação do problema pelo Direito Internacional Privado e Processual – 4.2 Utilização da garantia contratual – 4.3 Legitimidade passiva – 4.4 Análise da questão pelos tribunais; 5 Considerações finais; Referências.

RESUMO: O presente artigo analisa o problema da garantia dos bens de consumo adquiridos no exterior, visto ser política da maioria dos fornecedores destas marcas no Brasil negar responsabilização pelos vícios destes produtos. Analisa-se a vulnerabilidade a que estão submetidos os consumidores, bem como as normas de Direito Internacional Processual e Privado relativos à resolução judicial do problema, limitando-se à possibilidade de ações cujas execuções ocorreriam no Brasil. Ao fim, com base na proteção da confiança, boa-fé, e na teoria da aparência, conclui-se pela legitimidade passiva da pessoa jurídica brasileira em ação de responsabilidade civil, para fazer cumprir tanto a garantia legal quanto a contratual, sendo utilizável o próprio Código de Defesa do Consumidor (salvo se a lei estrangeira for mais benéfica) e tendo o consumidor a possibilidade de demandar no próprio domicílio.

Entende-se, ainda, que nem a falta de comercialização do produto no Brasil é capaz de afastar a responsabilidade do representante brasileiro do fornecedor estrangeiro.

Palavras-chave: Garantia contratual e legal; legitimidade passiva; teoria da confiança; teoria da aparência.

1. INTRODUÇÃO

O Código de Defesa do Consumidor brasileiro possui diversos dispositivos que tutelam o direito a um produto ou serviço sem vícios. Como medida de efetividade deste direito, existe o instituto da garantia dos bens de consumo, que pode ser legal ou contratual. Tal instituto mostra-se de grande valor ao conferir maior segurança jurídica ao adquirente do produto ou serviço, estabelecendo que, em não havendo a qualidade que dele se espera, poderá o consumidor exigir, dentre outras medidas, novo produto, a reexecução do serviço ou a restituição imediata da quantia paga.

Malgrado tenha o CDC disciplinado de forma louvável a garantia legal e a contratual – com vistas a sanar, principalmente, os problemas decorrentes de vícios de qualidade por inadequação – os consumidores que adquirem produtos no (ou do) exterior têm dificuldade em utili-

(*) Aluno do curso de Graduação em Direito da Universidade Federal da Bahia.

zar qualquer dos tipos de garantia quando estes não mais se encontram no país de aquisição.

Embora a proteção legal ou contratual costume funcionar de forma semelhante nas legislações estrangeiras, os fornecedores do Brasil, ainda que pertencentes ao mesmo grupo econômico e mesma marca, alegam que nada podem fazer visto que a compra se deu em outro país. Assim, normalmente se estabelece no termo de garantia a necessidade de se procurar a própria loja que fez a venda, ou alguma assistência autorizada naquele país, ocasionando a inviabilidade da utilização da garantia contratual fornecida no país de aquisição, devido à distância territorial.

Esta situação é cada vez mais presente e, a despeito da importância e magnitude, não tem sido dada a devida atenção por parte da doutrina nacional. Este trabalho, portanto, tem como objetivo propor alternativas viáveis para a solução do referido problema.

2. GLOBALIZAÇÃO E ACESSO A DIVERSOS MERCADOS DE CONSUMO

O ritmo acelerado dos avanços tecnológicos, o aperfeiçoamento das telecomunicações e, principalmente, o aumento do poder de compra nos países em desenvolvimento dos últimos anos tem acarretado uma mudança na lógica de consumo a nível mundial. O paradigma anterior, vigente até os últimos anos da década passada, era marcado pelo atraso

tecnológico dos bens de consumo dos países em desenvolvimento em relação aos desenvolvidos.

Um produto lançado no Japão ou nos Estados Unidos, por exemplo, passava muitos meses sem ser conhecido pelo consumidor brasileiro, que precisaria aguardar um período ainda maior para obter o produto, isto para aqueles poucos dispostos a arcar com os altos custos das novidades tecnológicas.

Atualmente, o lapso temporal do lançamento do produto até o conhecimento do consumidor brasileiro é reduzido ou mesmo inexistente – nos casos de nova versão de bens de consumo já conhecidos no mercado. Contudo, não obstante a propagação das notícias sobre os produtos de última geração se dê de forma intensa e acelerada, dificilmente a comercialização destes nos países em desenvolvimento ocorre no mesmo ritmo.

Fato reiterado em revistas especializadas em tecnologia é a análise técnica de produtos ainda não lançados no Brasil,¹ disponíveis apenas por meio de sítios de comércio eletrônico,² onde, em boa parte

1. A edição de Agosto de 2011 da revista Info Exame, ao analisar o Eee Pad Transformer da Asus, com cerca de 400 mil unidades já vendidas no mundo à época, informa que: “A *dock* chegará ao país em setembro, um mês depois do *tablet* e até o final de julho não tinha preço definido” (LOPES, 2011, p. 116).
2. A exemplo, as edições de dezembro de 2009 (LOPES, p. 88) e julho de 2010 (BARRETO, p. 31) da supracitada revista, trazem, respectivamente, o *smar-*

dos casos, o consumidor tem que fazer a compra diretamente de um fornecedor estrangeiro. Salienta-se, ainda, que, embora a maior parte dos problemas de garantia dos bens adquiridos no exterior esteja relacionada aos eletrônicos, a questão não fica reduzida a estes, atingindo também itens de vestuário, calçados, cosméticos, perfumaria etc.

Conforme exposto, atualmente, o consumo de bens adquiridos no exterior possui ampla dimensão, tanto pela obtenção via comércio eletrônico, quanto pela compra dos produtos em viagens ao exterior. Tem sido reiteradamente apresentado nos veículos de comunicação o fato de que, não apenas os brasileiros têm viajado mais ao exterior, como os gastos realizados nestes países tem sido maior, segundo dados do Banco Central.³ A mesma tendência de crescimento se aplica aos valores relativos a compras pela internet, que, entre 2006 e 2010, no Brasil, aumentou cerca de 236%.⁴

tphone HTC Hero e *smartphone* Nexus One, disponíveis apenas por meio de importação através do sítio Mercado Livre.

3. MARTELLO, Alexandre. Gastos de brasileiros no exterior batem recorde no 1º bimestre, diz BC. **G1**, Brasília, 23 mar. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2012/03/gastos-de-brasileiros-no-externo-batem-recorde-no-1-bimestre-diz-bc.html>> Acesso em: 08 abr. 2012.
4. AGOSTINI, Renata; MEYER, Carolina. Em Guerra com o consumidor. **Exame**, São Paulo: Editora Abril, n. 991, 04 mai. 2011, p.39.

Desta forma, com a facilitação do consumo de bens adquiridos diretamente do (ou no) exterior, pode-se perceber que a problemática aqui discutida não apenas é atual e já de grandes proporções, como também tende a manter-se progressiva, pelo que uma análise do tema e sugestão para resolução do problema faz-se imprescindível.

Reportagem publicada no jornal Folha de São Paulo⁵ mostra que algumas transnacionais possuem política de garantia contratual mundial, a exemplo da Apple, onde a apresentação da nota fiscal é prescindível e da Hewlett-Packard (HP), que exige a nota fiscal e comprovante de declaração feito à Receita Federal.

Acrescenta, ainda, a reportagem que outras transnacionais, frente a produtos adquiridos no exterior, limitam a garantia a alguns modelos, desde que estes sejam comercializados no Brasil, a exemplo da Panasonic e Samsung. Há ainda empresas, como a Dell e a Sony, que não reconheceriam a garantia do produto advindo do estrangeiro, prestando, apenas, os serviços de assistência técnica, à custa do consumidor.

-
5. SCIARRETTA, Toni. Produtos trazidos do exterior ficam sem garantia no Brasil. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 23 fev. 2011. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/879745-produtos-trazidos-do-externo-ficam-sem-garantia-no-brasil.shtml>> Acesso em 10 jun. 2012.

3. VULNERABILIDADE DOS CONSUMIDORES NO ÂMBITO INTERNACIONAL

Sobre a aquisição de produtos advindos do exterior, fundamental se faz abordar a questão também a partir da análise da vulnerabilidade. É cediço que este princípio, que constitui presunção absoluta inserta no CDC, é a justificação e a fundamentação da existência das regras especiais aplicáveis no âmbito consumerista, existentes para proteger a parte mais fraca da relação.⁶

Inclusive, atualmente, há um consenso universal acerca da vulnerabilidade do consumidor, não sendo mais questionável esse ponto. A Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas já se pronunciou neste sentido, na Resolução n. 39/248, publicada em 1985.⁷

Enquanto faces da vulnerabilidade experimentada pelo consumidor internacional, Geovana Geib destaca: a utilização de *marketing* agressivo a nível mundial; a falta de continuidade do consumo internacional (limitando-se a situações breves ou pontuais); alto custo para sustentar um litígio no exterior; dificuldades linguísticas; falta de informação adequada; falta de garantia pós-venda, entre outras.⁸

É possível afirmar que a agressividade do *marketing* somada à falta ou atraso na comercialização de alguns produtos no Brasil, revela mais um aspecto da vulnerabilidade, compelindo os consumidores a adquirir o produto no estrangeiro, mesmo com todas as dificuldades potenciais.

Salienta-se, ainda, como atributo de algo que seria uma espécie de vulnerabilidade geográfica, o chamado “Lucro Brasil”. Tem sido divulgado reiteradamente na imprensa que a diferença de preço por um mesmo produto vendido no Brasil e no exterior supera demasiadamente qualquer justificativa referente à carga tributária ou encargos sociais. Ou seja, não se trata de “Custo Brasil”, mas sim de “Lucro Brasil”, no sentido de inserir uma margem de lucro muito maior quando o produto é vendido no país, especialmente em se tratando de carros, eletrônicos e marcas de luxo. A diferença de preço, neste produtos, pode chegar ultrapassar 100% (cem por cento).⁹

Este é mais um atributo que deve ser levado em consideração na

específicas de direito internacional privado no contrato de consumo internacional eletrônico: principais aspectos quanto ao foro competente e à lei aplicável. **Revista de Direito do Consumidor**. n. 82. São Paulo: Revista dos Tribunais, abr.-jun., 2012, p.185-188.

6 MIRAGEM, Bruno. **Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008, p.62.

7 ALMEIDA, João Batista de. **A Proteção Jurídica do Consumidor**. 5. ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2006, p. 25.

8 GEIB, Geovana. A necessidade de regras

9. Constata-se, por exemplo, que um mesmo tênis no Brasil custa R\$ 550,00, ao passo que, nos Estados Unidos, o preço equivale a R\$ 250,00. Ou ainda o *tablet* que tem valor de R\$ 2599,00 e R\$1350,00, respectivamente (VILELLA, 2011).

análise da vulnerabilidade do consumidor que adquire bens advindos do exterior. Além de ser comum o atraso no lançamento de alguns produtos no Brasil, especialmente os eletrônicos, o consumidor ainda se depara com um preço desproporcionalmente mais elevado, o que o compele a adquirir o mesmo fora do país.

4. GARANTIA DOS BENS DE CONSUMO ADQUIRIDOS NO EXTERIOR E POSSIBILIDADES NO JUDICIÁRIO BRASILEIRO

A garantia de um produto ofertado no mercado, seja esta legal ou contratual, existe como forma de melhorar a sistemática dos vícios redibitórios que, como doutrina Antonio Herman, se mostra deficiente no regramento do fenômeno do consumo em massa, não podendo o consumidor ser adequadamente tutelado no âmbito do Código Civil.¹⁰ Ensina ainda que, pela teoria da qualidade, a existência da garantia relaciona-se tanto com o cumprimento da finalidade do produto quanto de sua durabilidade. Ou seja, o bem deverá, de logo, ser completamente útil para o que dele legitimamente se espera e não perder tal característica de forma prematura. Em não

sendo, utilizar-se-á do instituto da garantia para sanar o problema, normalmente vícios de qualidade por inadequação.

Entretanto, como já referido, por melhor que seja a proteção da legislação, brasileira ou alienígena, a utilização da garantia de um produto adquirido no exterior – ou diretamente do fornecedor estrangeiro via comércio eletrônico – que somente apresente vício quando o consumidor já se encontra em território brasileiro (ou caso o consumidor não permaneça no país de aquisição tempo suficiente para sanar o problema), é dificultada pelo fornecedor, estabelecendo que a troca ou reparação deve acontecer na própria loja que efetuou a venda, ou em alguma autorizada do país de aquisição.

Identifica-se aqui, então, duas situações possíveis: a) quando o produto adquirido é de fornecedor estrangeiro que não tem atuação no Brasil; b) quando há atuação no Brasil (seja através de filial ou de outra pessoa jurídica) ou se trate de empresa brasileira com atuação no exterior. Estas hipóteses podem ser verificadas sob duas óticas: a) da utilização da garantia contratual; b) da utilização da garantia legal.

Expostas estas perspectivas, entende-se fundamental não apenas a análise do direito material, mas também, processual, visto que a única forma de garantir efetividade ao disposto na garantia (legal ou contratual) é que, em sendo acionado judicialmente, o fornecedor seria

10. BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos e. Teoria da Qualidade. In: BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos e; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007, p.106-108.

obrigado a cumprir com o disposto. As transnacionais que, atuando no Brasil, não reconhecem a garantia de produto adquirido no exterior apenas serão forçadas a mudar este entendimento se o Judiciário brasileiro assim passar a decidir reiteradamente.

Salienta-se ainda que, neste trabalho, se tem por escopo delimitar as possibilidades do consumidor brasileiro obter a satisfação relativa à garantia oferecida no país estrangeiro utilizando-se exclusivamente da jurisdição nacional. Desta forma, abordagens que dependam de jurisdição estrangeira, ainda que apenas para execução, não serão realizadas.

Sobre o tema, Ulrich Wehner salienta que, sendo competente tribunal estrangeiro deve-se observar as regras processuais deste Estado. Demandar, então, no próprio país só faz sentido se a sentença favorável puder ser executada no estrangeiro. Para haver exequibilidade, é necessária a homologação pelo Estado onde ocorrerá a execução. O consumidor passa a enfrentar, assim, a incerteza de um processo no estrangeiro, configurando um “salto no escuro”.¹¹

De fato, só tem sentido, haver processo se houver a certeza de que a decisão poderá ser executada. É o chamado princípio da efetividade,

sob o qual o Estado deve se abster de julgar se a sentença não pode ser reconhecida onde deva exclusivamente produzir efeitos.¹²

Portanto, esta delimitação tem duas motivações principais. A primeira é que seria necessário analisar as regras de Direito Internacional Privado de cada país estrangeiro, para entender as possibilidades do consumidor. A segunda é que o valor da esmagadora maioria dos produtos na situação analisada por este artigo não justificam os custos com a contratação de advocacia especializada e custas processuais no exterior. Assim, mesmo que só para executar, no estrangeiro, a sentença brasileira em favor de consumidor brasileiro, tem-se gastos e trabalho que acabam por inviabilizar esta via.¹³

Desta forma, como referido, o presente artigo só tratará dos casos em que a garantia é de fornecedor que tem atuação no Brasil, seja por filial ou por constituição de nova pessoa jurídica, visto que uma eventual execução dependeria, tão somente, do Poder Judiciário brasileiro.

11. WEHNER, Ulrich. Contratos Internacionais: proteção processual do consumidor, integração econômica e internet. **Revista de Direito do Consumidor**. n. 38. São Paulo: Revista dos Tribunais, abr.-jun., 2001, p. 147-148.

12. DIDIER Jr., Fredie. **Curso de Direito Processual Civil**: introdução ao direito processual civil e processo de conhecimento. v. 1. 13. ed. Salvador: Juspodivm, 2011, p. 140.

13. GEIB, Geovana. A necessidade de regras específicas de direito internacional privado no contrato de consumo internacional eletrônico: principais aspectos quanto ao foro competente e à lei aplicável. **Revista de Direito do Consumidor**. n. 82. São Paulo: Revista dos Tribunais, abr.-jun., 2012, p.196.

4.1. Delimitação do problema pelo direito internacional privado e processual

Tendo sido explicitado o recorte feito no presente artigo salienta-se que haverá sempre, ao menos, dois ordenamentos jurídicos possivelmente utilizáveis: o brasileiro e o do país estrangeiro. Cabe, então, às regras do Direito Internacional Processual determinar qual o foro competente e a legislação aplicável ao caso.¹⁴

Acerca do foro competente, destaca-se que há situações nas quais existe uma pluralidade de foros concorrentes.¹⁵ No caso de bens de consumo adquiridos no exterior, cujo fornecedor tem atuação também no Brasil, é possível destacar sempre, ao menos, dois foros concorrentes para o conhecimento e julgamento da demanda: o do local de onde adveio o produto e algum foro brasileiro.

A competência internacional concorrente de autoridade judiciária brasileira está disposta no art. 88 do Código de Processo Civil, estando presente sempre que o réu, de qualquer nacionalidade, tenha domicílio

no Brasil. Tendo o presente trabalho limitado seu objeto aos fornecedores que tenham atuação no Brasil, pode-se concluir que sempre haverá competência do Judiciário brasileiro, mesmo em relação às pessoas jurídicas estrangeiras que atuem através de filial, sucursal ou agência.¹⁶ A competência internacional fixada pelo CPC é fundada em razões ligadas à soberania nacional e à necessidade de se prestar uma tutela jurisdicional efetiva e adequada,¹⁷ tendo o STJ decidido reiteradamente que nem mesmo a vontade das partes tem o condão de excluir a competência internacional concorrente da jurisdição brasileira.¹⁸

Nos casos de competência concorrente ocorre o que se denomina *forum shopping*, cabendo ao consumidor escolher onde quer demandar. Como já se delimitou que a análise neste trabalho ficará restrita à possibilidade de atuação exclusiva do Judiciário brasileiro, descarta-se a opção de ação no estrangeiro.

-
14. WEHNER, Ulrich. Contratos Internacionais: proteção processual do consumidor, integração econômica e internet. **Revista de Direito do Consumidor**. n. 38. São Paulo: Revista dos Tribunais, abr.-jun., 2001, p.146.
15. DIDIER Jr., Fredie. **Curso de Direito Processual Civil**: introdução ao direito processual civil e processo de conhecimento. v. 1. 13. ed. Salvador: Juspodivm, 2011, p. 136.

-
16. Assim dispõe o CPC: "Art. 88. É competente a autoridade judiciária brasileira quando: I - o réu, qualquer que seja a sua nacionalidade, estiver domiciliado no Brasil; (...) Parágrafo único. Para o fim do disposto no nº I, reputa-se domiciliada no Brasil a pessoa jurídica estrangeira que aqui tiver agência, filial ou sucursal."
17. MARINONI, Luiz Guilherme. MITIDIERO, Daniel. **Código de Processo Civil**: comentado artigo por artigo. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008, p.89
18. A exemplo: REsp 251.438/RJ. 4ª Turma. Rel. Min. Barros Monteiro. DJ 02.10.2000, p. 173.

Restando definido o julgamento pela autoridade judiciária brasileira, questiona-se qual seria o critério interno de competência para conhecer da causa. Neste particular, não parece haver maiores dúvidas de que o consumidor goza da prerrogativa de escolha do foro: onde este for domiciliado ou no domicílio do réu. Ou, ainda, no foro eleito no contrato, desde que, como dito, a autoria da ação seja do consumidor.¹⁹

Tem-se a lição:

(...) em razão do Princípio do Maior Interesse (...) os tribunais nacionais aplicam o art. 101, I, do CDC para fixar a competência do foro do domicílio do consumidor para os litígios internacionais. Isto ocorre porque todas as disposições do Código de Defesa do Consumidor são consideradas de ordem pública. Portanto, são utilizadas regras de competência interna para suprir lacunas nas regras de competência internacional, com o intuito de garantir a proteção do consumidor residente no Brasil.²⁰

O anteprojeto do novo Código de Processo Civil,²¹ em seu art. 22, II, dispõe expressamente neste sentido, estabelecendo a competência internacional para as ações decorrentes de relação de consumo quando o consumidor tiver domicílio ou residência no Brasil.

Resumindo o que foi explanado até agora, pode-se dizer que as regras de Direito Internacional Processual determinam a jurisdição de um Estado para decidir acerca de uma relação jurídica com conexão internacional. Feita esta análise, a jurisdição deste Estado determinará qual o direito material a ser aplicado, conforme o seu próprio Direito Internacional Privado.²²

Neste sentido, o Decreto-Lei n. 4657/42 (Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro – LINDB)²³, dispõe, em seu art. 9º que “para qualificar e reger as obrigações, aplicar-se-á a lei do país em que se constituírem”. Desta forma, a interpretação imediata leva à conclusão de que, nestes casos, aplicar-se-ia a lei do local onde realizada a aquisição do produto.

19. No Conflito de Competência 107.441/SP, julgado em 22.06.2011, decidiu a Segunda Sessão do STJ, à unanimidade, que “se a autoria do feito pertence ao consumidor, contudo, permite-se a escolha do foro de eleição contratual, considerando que a norma protetiva, erigida em seu benefício, não o obriga quando puder deduzir sem prejuízo a defesa dos seus interesses fora do seu domicílio”.

20. GEIB, Geovana. A necessidade de regras específicas de direito internacional privado no contrato de consumo internacional eletrônico: principais aspectos

quanto ao foro competente e à lei aplicável. **Revista de Direito do Consumidor**. n. 82. São Paulo: Revista dos Tribunais, abr.-jun., 2012, p.206.

21. Anteprojeto atualizado até 14.09.2011 (BRASIL, 2011).

22. WEHNER, Ulrich. Contratos Internacionais: proteção processual do consumidor, integração econômica e internet. **Revista de Direito do Consumidor**. n. 38. São Paulo: Revista dos Tribunais, abr.-jun., 2001, p.147.

23. Até 30.12.2010 denominada Lei de Introdução ao Código Civil.

Existem, contudo, dois argumentos aptos a modificar este entendimento. O primeiro é de análise constitucional. Sendo a proteção do consumidor brasileiro direito fundamental, previsto nos arts. 5º, XXXII e 170 da Constituição Federal, a aplicação do direito protetivo brasileiro nos litígios internacionais seria de ordem imperativa.²⁴

O segundo argumento, de análise infraconstitucional, e mais pragmático, consubstancia-se no fato de que a própria LINDB estabelece, em seu art. 17,²⁵ que as leis de outro país, bem como quaisquer declarações de vontade, não terão eficácia no Brasil quando ofenderem a ordem pública. Nesta senda, o CDC, em seu art. 1º,²⁶ estabelece que as normas nele contidas possuem o caráter de ordem pública.

Ou seja, se as disposições da legislação estrangeira, bem como as

manifestações de vontade, contrariam as normas protetivas insertas no CDC, estas não devem ser utilizadas na lide em questão. Havendo a proibição do *non liquet* no direito brasileiro,²⁷ e não sendo aplicável a legislação estrangeira, deve o juiz decidir com base na própria lei brasileira,²⁸ ou seja, no CDC.

Salienta-se que se a aplicação da lei alienígena se mostrar mais benéfica para o consumidor, certamente esta não ofenderá a ordem pública, muito menos o direito fundamental correlato, devendo ela incidir para o deslinde da questão.²⁹

Desta forma, deve-se sempre reconhecer, ao menos, a incidência da garantia legal ao produto advindo do exterior. Se a legislação estrangeira for mais favorável, utiliza-se esta; se não, aplica-se a brasileira. Frise-se que, diferentemente da garantia contratual, a legal não está

24. GEIB, Geovana. A necessidade de regras específicas de direito internacional privado no contrato de consumo internacional eletrônico: principais aspectos quanto ao foro competente e à lei aplicável. **Revista de Direito do Consumidor**, n. 82. São Paulo: Revista dos Tribunais, abr.-jun., 2012, p. 203.

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

26. *In verbis*: **Art. 1º** O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

27. Assim dispõe o CPC: Art. 126. O juiz não se exime de sentenciar ou despachar alegando lacuna ou obscuridade da lei. No julgamento da lide caber-lhe-á aplicar as normas legais; não as havendo, recorrerá à analogia, aos costumes e aos princípios gerais de direito.

28. Julgado do STJ que reconhece a aplicação da lei brasileira caso não seja possível aplicar a estrangeira: REsp 254544/MG. Terceira Turma. Rel. Min. Eduardo Ribeiro. DJ 14.08.2000 p. 170.

29. Acerca este aspecto, a Proposta de Convenção Interamericana de Direito Internacional Privado (Cipid VII) sobre a lei aplicável a alguns contratos e relações de consumo, proposta por Cláudia Lima Marques, traz previsão similar, adotando a lei do domicílio do consumidor, salvo quando a estrangeira for mais benéfica, sendo possível optar por esta (GEIB, 2012, p. 208).

adstrita a ser utilizada em determinada cidade, estado ou país. Não existe cláusula que limite a validade territorial da garantia legal.

4.2. Utilização da garantia contratual

Examina-se, então, a possibilidade de vedação territorial à utilização da garantia contratual. O parágrafo único do art. 50 do CDC estabelece que cabe ao fornecedor determinar a forma, o prazo e o lugar para exercitá-la. Da primeira análise, pode-se concluir que é válida a limitação territorial pelo fornecedor (salvo se a lei estrangeira não o permitir, quando, por ser mais benéfica, esta seria a utilizada).

Deve-se perceber, contudo, que a garantia contratual, mais das vezes, refere-se à reparação ou substituição do produto. Logo, esta limitação territorial só deve ser observada à medida que o fornecedor não atue naquela localidade. De fato, deve ser entendida não como uma limitação, mas como uma informação dos possíveis locais que prestam a assistência técnica para aquele fornecedor. Assim, com base na vedação às cláusulas abusivas, entende-se violação à boa-fé o ato de, havendo em dada localidade assistência técnica daquele fornecedor, não se proceder à efetividade da garantia contratual simplesmente porque aquele local não constava expressamente no termo. O lugar para exercício entende-se como meramente informati-

vo, devendo ser possível efetivá-lo onde quer que haja um representante do fornecedor incumbido para tal fim.

Suponha-se que um consumidor comprou um produto na Flórida, EUA, de uma empresa transnacional com atuação no Brasil, vindo a apresentar vício a sua aquisição. Este, domiciliado em Guanambi-BA, lá demanda contra a empresa, pautado pelo seu termo contratual, que limita a utilização àquele estado americano. Em Salvador-BA existe uma assistência técnica daquele fornecedor. O que o consumidor não pode exigir é que o exercício da garantia se dê em seu domicílio, visto que lá não há qualquer representante do fornecedor incumbido para tal mister. Entretanto, em havendo em Salvador, ainda que não conste no termo, deve o juiz reconhecer a possibilidade de exercitá-lo nesta capital.

Pode-se concluir, então, que tanto a garantia contratual quanto a legal atuam de forma semelhante, no que concerne à limitação territorial e em se tratando de reparação ou substituição do produto, visto que a legal, embora não seja limitada geograficamente, também só poderá ser exercida onde houver representante do fornecedor habilitado para tal finalidade. Se a utilização do termo (legal ou contratual) se referir à restituição da quantia paga ou abatimento proporcional do preço, estes poderão ser exercitados em qualquer localidade, desde que competente para a causa.

4.3. Legitimidade passiva

Uma das questões mais importantes na resolução dos problemas relativos à garantia de bens advindos do exterior refere-se à legitimidade passiva. Afinal, se for constatado que o consumidor só pode demandar a pessoa jurídica estrangeira, pouco adiantaria acioná-lo no Brasil, utilizando os tribunais daqui a lei brasileira. Assim, este fato seria um grande empecilho na satisfação da pretensão do consumidor de ser ressarcido, ter o produto trocado, ou receber o abatimento proporcional do preço.

Se a pessoa jurídica estrangeira atua no Brasil por meio de agência, filial ou sucursal, entende-se não haver maiores problemas, visto que será a mesma pessoa jurídica, devendo ser, inegavelmente, reconhecida a legitimidade passiva.

A legitimidade para figurar como acionado refere-se ao elemento subjetivo passivo da demanda; é necessário que este esteja em situação jurídica que autorize a participação no processo em que se discuta dada relação de direito material.³⁰ Pode-se afirmar, portanto, que toda legitimidade baseia-se em regras de direito material. Ou seja, se o direito material reconhece a pertinência subjetiva daquele fornecedor na

demanda, reputa-se verificada a legitimidade passiva.

A dificuldade para o consumidor, e que configura a ampla maioria dos casos, aparece quando o fornecedor estrangeiro constitui uma pessoa jurídica brasileira para desenvolver o negócio no país. Neste caso, a preliminar básica a ser levantada pela parte ré seria de ilegitimidade passiva.

Esta tese, no entanto, não deve prosperar, pelos motivos que serão expostos. É fato que a atuação do fornecedor estrangeiro no Brasil, embora se faça por outra pessoa jurídica, forma um todo indissociável, especialmente pela ótica do consumidor. Destaca-se, então, a proteção da confiança e da boa-fé.

A proteção da confiança está relacionada ao resguardo das expectativas legítimas que nascem no contratante, que confia nas obrigações assumidas pela outra parte. Busca-se atingir a justiça no interior do negócio celebrado entre as partes.³¹ No direito do consumidor, a confiança tem sido preterida pelo contrato de massa, que se transforma em um “campo de batalha de formas e cláusulas”.³² Atua a proteção da con-

30. DIDIER Jr, Fredie. **Curso de Direito Processual Civil**: introdução ao direito processual civil e processo de conhecimento. v. 1. 13. ed. Salvador: Juspodivm, 2011, p. 210.

31. D'AZEVEDO, Ana Rispoli. Os novos deveres dos contratantes na perspectiva do Código Civil de 2002 e do Código de Defesa do Consumidor. In: MARQUES, Cláudia Lima (Coord.). **A nova crise do contrato**: estudos sobre a Nova Teoria Contratual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007, p. 293-294.

32. MARQUES, Cláudia Lima. A chamada nova crise do contrato e o modelo de direito privado brasileiro: crise de con-

fiança produzindo deveres jurídicos “tendo em vista a necessidade de satisfação de legítimas expectativas criadas por uma conduta”.³³

É inegável o entendimento de que o consumidor, ao adquirir o produto de um fornecedor de atuação internacional, deposita a confiança neste, pouco perquirindo acerca das relações societárias entre a pessoa jurídica que atua no Brasil e a do estrangeiro. Guarda expectativa tanto sob o aspecto da qualidade do produto, quanto em relação à garantia pelos possíveis vícios. O fornecedor que se furta de cumprir esta legítima expectativa em nada contribui para a proteção da confiança. Ao contrário, a devassa.

Como corolário da boa-fé contratual – cláusula-geral esta inerente a todas as relações cíveis, independente do estado nacional –, Rizzatto Nunes aponta o dever de cooperação, que “nada mais é do que sempre colaborar para que o contrato atinja o fim para o qual foi firmado”. Viola este dever, e, portanto, a boa-fé objetiva, ações de uma das partes que inviabilizem a atuação da outra,³⁴ impondo

dificuldades desarrazoadas para exercício do direito.

É de se concluir como desarrazoada a busca covarde do fornecedor por refúgio em um aspecto técnico (a existência de pessoas jurídicas distintas), para se furta a exercitar a legítima expectativa do consumidor quanto à qualidade do produto.

Aborda-se, também, a teoria da aparência, já consagrada nos tribunais pátrios e fundada no art. 34 do CDC.³⁵ A citada teoria, no direito do consumidor, é utilizada como forma de preservar a segurança jurídica e resguardar a boa-fé, consubstanciada na confiança depositada na aparência de quem parece ser o fornecedor.

Neste sentido, se uma pessoa jurídica, à observação do consumidor, acaba por se confundindo com outra pessoa jurídica, induzindo o consumidor a pensar tratar-se de uma só, opera a teoria da aparência, devendo aquela responder pelos atos desta e vice-versa.

Julgados do STJ reconhecem pacificamente a legitimidade passiva de empresas que respondem por atos de outras pessoas jurídicas, com base na teoria da aparência.³⁶

fiança ou de crescimento do contrato? In: MARQUES, Cláudia Lima (Coord.). **A nova crise do contrato**: estudos sobre a Nova Teoria Contratual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007, p. 31-32.

33. BAGGIO, Andreza Cristina. **O direito do Consumidor e a Teoria da Confiança**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012, p. 87.

34. NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009, p. 612.

35. **Art. 34.** O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos.

36. A exemplo, os seguintes julgados: REsp 879113/DF. Terceira Turma. Rel. Min. Nancy Andrighi. DJe 11.09.2009 p. 214.; REsp 1077911/SP. Terceira Turma. Rel. Min. Nancy Andrighi. DJe 14.10.2011; e REsp 369971/MG. Terceira Turma. Rel.

Com destaque, o caso em que a empresa de sítios virtuais Yahoo! Inc. (pessoa jurídica americana) praticou um ato lesivo a uma consumidora e se reconheceu a legitimidade passiva da Yahoo Brasil (pessoa jurídica brasileira):

RECURSO ESPECIAL. RESPONSABILIDADE CIVIL. ANTECIPAÇÃO DE TUTELA. RETIRADA DE PÁGINA DA REDE MUNDIAL DE COMPUTADORES. CONTEÚDO OFENSIVO À HONRA E À IMAGEM. ALEGADA RESPONSABILIDADE DA SOCIEDADE CONTROLADORA, DE ORIGEM ESTRANGEIRA. POSSIBILIDADE DA ORDEM SER CUMPRIDA PELA EMPRESA NACIONAL.

1. A matéria relativa a não aplicação do Código de Defesa do Consumidor à espécie não foi objeto de decisão pelo aresto recorrido, ressentindo-se o recurso especial, no particular, do necessário prequestionamento. Incidência da súmula 211/STJ.

2. Se empresa brasileira auferir diversos benefícios quando se apresenta ao mercado de forma tão semelhante a sua controladora americana, deve também, responder pelos riscos de tal conduta.

3. Recurso especial não conhecido.

(REsp 1021987/RN. Quarta Turma. Rel. Min. Fernando Gonçalves. DJe 09/02/2009 p. 331).

Com efeito, leciona Arruda Alvim que a responsabilização desta outra pessoa jurídica, aplicando-se a teoria da aparência, se justifica pela “apropriação” que é realizada ao apor seu nome, marca ou signo distintivo e aparecer como o mesmo fornecedor frente ao consumidor.³⁷

Assim, ainda que pelo caminho da proteção da confiança contratual não se pudesse concluir pela legitimidade passiva da pessoa jurídica brasileira em relação a produto adquirido no exterior, este ponto torna-se inquestionável – e já pacificado pelo STJ – quando analisado sob a ótica da teoria da aparência.

Pode-se perceber, portanto, que o direito material brasileiro, ao consagrar a boa-fé e demais institutos correlatos, especialmente a teoria da aparência, coloca a pessoa jurídica brasileira como legitimada passiva para ser responsabilizada no lugar da pessoa jurídica estrangeira, reconhecendo se tratar de um só fornecedor.

4.4. Análise da questão pelos tribunais

Como apanhado de tudo quanto exposto até o momento, apresenta-se um julgado paradigma, verdadeiro *leading case* quando o assunto é a incidência de normas consumeristas a produtos advindos do exterior. Trata-se do “Caso Panasonic”:

37. ALVIM, Arruda *et al.* **Código do Consumidor Comentado**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1995, p. 97-98.

Min. Castro Filho. DJ 10/02/2004 p. 247

DIREITO DO CONSUMIDOR. FILMADORA ADQUIRIDA NO EXTERIOR. DEFEITO DA MERCADORIA. RESPONSABILIDADE DA EMPRESA NACIONAL DA MESMA MARCA ("PANASONIC"). ECONOMIA GLOBALIZADA. PROPAGANDA. PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR. PECULIARIDADES DA ESPÉCIE. SITUAÇÕES A PONDERAR NOS CASOS CONCRETOS. NULIDADE DO ACÓRDÃO ESTADUAL REJEITADA, PORQUE SUFICIENTEMENTE FUNDAMENTADO. RECURSO CONHECIDO E PROVIDO NO MÉRITO, POR MAIORIA.

I – Se a economia globalizada não mais tem fronteiras rígidas e estimula e favorece a livre concorrência, imprescindível que as leis de proteção ao consumidor ganhem maior expressão em sua exegese, na busca do equilíbrio que deve reger as relações jurídicas, dimensionando-se, inclusive, o fator risco, inerente à competitividade do comércio e dos negócios mercantis, sobretudo quando em escala internacional, em que presentes empresas poderosas, multinacionais, com filiais em vários países, sem falar nas vendas hoje efetuadas pelo processo tecnológico da informática e no forte mercado consumidor que representa o nosso País.

II – O mercado consumidor, não há como negar, vê-se hoje "bombardeado" diuturnamente por intensa e hábil propaganda, a induzir a aquisição de produtos, notadamente os sofisticados de procedência estrangeira, levando em linha de conta diversos

fatores, dentre os quais, e com relevo, a respeitabilidade da marca.

III – Se empresas nacionais se beneficiam de marcas mundialmente conhecidas, incumbem-lhes responder também pelas deficiências dos produtos que anunciam e comercializam, não sendo razoável destinar-se ao consumidor as consequências negativas dos negócios envolvendo objetos defeituosos.

IV – Impõe-se, no entanto, nos casos concretos, ponderar as situações existentes.

V – Rejeita-se a nulidade arguida quando sem lastro na lei ou nos autos.

(REsp 63981 / SP. Rel. para o acórdão Min. Sálvio de Figueiredo Teixeira. DJ 20.11.2000, p.296

Embora não se tenha feito remissão direta à teoria da aparência, se reconheceu que, considerando que as pessoas jurídicas nacionais se beneficiam do prestígio internacional da marca, devem também arcar com os ônus da atuação a nível mundial. Este entendimento tem sido seguido pelos tribunais do país, reconhecendo a legitimidade passiva da pessoa jurídica brasileira que ostenta o nome e a marca do fornecedor estrangeiro e aplicando o Código de Defesa do Consumidor.³⁸

38. Confira-se: Agravo de instrumento n. 0161445-81.2010.8.26.0000. TJ/SP.23ª Câmara de Direito Privado. Rel. Des. Rizzatto Nunes. Data do julgamento: 05.05.2010; Recurso Cível Nº 71003145455. TJ/RS. Primeira Turma Recursal

A tese é também compartilhada por órgãos de proteção do consumidor, a exemplo da Fundação Procon de São Paulo e do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor – IDEC.³⁹

Salienta-se, ainda, que é desnecessário que o consumidor prove que declarou o produto à autoridade fazendária, pois, conforme decisão no “caso Panasonic”, “as relações com o fisco não se confundem com a relação de consumo”. Também se torna irrelevante o fato do produto não ser comercializado no Brasil. Reconhecendo-se a legitimidade passiva e a aplicação do CDC (ou da lei estrangeira mais benéfica), passa-se a adotar a responsabilidade objetiva pelo vício. O caso deve ser tratado pelo § 1º do art. 18º do CDC,⁴⁰ e, em último caso, pelo § 4º do referido artigo.⁴¹

Cível. Relator: Ricardo Torres Hermann, Data do julgamento: 15/09/2011; e Apelação Cível n. 1104062008. TJ/SP. 35ª Câmara de Direito Privado. Rel. Des. Hamid Charaf Bdine Júnior. Data do julgamento: 07. 04.2008.

39. Conferir: <<http://www.procon.sp.gov.br/texto.asp?id=3354>> e <<http://www.idec.org.br/consultas/dicas-e-direitos/garantia-de-produtos-importados>> Acesso em 25 jul. 2012.
40. Assim dispõe: “§ 1º Não sendo o vício sanado no prazo máximo de trinta dias, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha: I – a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso; II – a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos; III – o abatimento proporcional do preço.”
41. Prescreve-se: “§ 4º Tendo o consumidor optado pela alternativa do inciso I do

Acrescenta-se, também, que o mesmo raciocínio vale para o caso de uma empresa brasileira, que possui atuação internacional, tenha produto seu adquirido por consumidor brasileiro no exterior, embora esta seja uma hipótese difícil de se verificar na prática.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em face do que foi exposto, pode-se afirmar que a intensificação do fenômeno da globalização, bem como a evolução tecnológica, levou a sociedade a um patamar de consumo a nível mundial. Nesta senda, a vulnerabilidade do consumidor brasileiro é evidenciada sob vários ângulos, especialmente como alvo de *marketing* agressivo combinado com a falta ou atraso na comercialização de alguns produtos no Brasil.

Embora o mercado globalizado seja um fato, as legislações ainda demonstram atraso na tutela efetiva do consumidor. Empresas transnacionais que atuam no Brasil se esquivam de assumir a responsabilidade por vícios de seus produtos se, sendo advindos do exterior, o consumidor busca no próprio país o seu direito à reparação pelos vícios que se manifestem.

§ 1º deste artigo, e não sendo possível a substituição do bem, poderá haver substituição por outro de espécie, marca ou modelo diversos, mediante complementação ou restituição de eventual diferença de preço, sem prejuízo do disposto nos incisos II e III do § 1º deste artigo.”

Analisando as regras do Direito Internacional Processual e Privado, tem-se que, quando o fornecedor estrangeiro tem atuação neste país, haverá, sempre, competência internacional concorrente, podendo o consumidor acionar, em seu próprio domicílio, o representante brasileiro daquele fornecedor, de forma a obter a qualidade que se espera do produto.

O direito material a ser utilizado na solução do caso é, conforme uma interpretação conjunta da LINDB com o CDC, aquele que for mais vantajoso para o consumidor. Existe sempre, portanto, garantia legal a proteger a parte vulnerável. De igual forma, é executável a garantia contratual fornecida no estrangeiro, em qualquer lugar que haja assistência técnica do fornecedor.

A legitimidade passiva das pessoas jurídicas brasileiras em ações de responsabilidade civil relativas a produtos adquiridos no exterior mostra-se evidente. Não apenas pela aplicação da teoria da confiança, mas, principalmente, pela incidência da teoria da aparência. Se a pessoa jurídica brasileira se utiliza do nome, do prestígio, da marca da pessoa estrangeira, deve responder pelos atos desta. Neste sentido, há *leading case* do STJ, que tem sido seguido pelos tribunais estaduais.

Reconhece-se, por fim, que é irrelevante para a solução da questão ter o consumidor declarado o produto à autoridade fazendária, ou, ainda, o fato do fornecedor não comercializar aquele produto no Brasil.

REFERÊNCIAS

AGOSTINI, Renata; MEYER, Carolina. Em Guerra com o consumidor. **Exame**, São Paulo: Editora Abril, n. 991, p. 36-48, 04 mai. 2011.

ALMEIDA, João Batista de. **A Proteção Jurídica do Consumidor**. 5. ed. rev. atual. São Paulo: Saraiva, 2006

ALVIM, Arruda *et al.* **Código do Consumidor Comentado**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1995.

BAGGIO, Andreza Cristina. **O direito do Consumidor e a Teoria da Confiança**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.

BARRETO, Juliano. Smartíssimos. **Info Exame**. São Paulo: Editora Abril, n. 293, p.30-31, jul. 2010.

BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos e. Teoria da Qualidade. In: BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos e; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007. p. 100-111.

BRASIL. PL 8046/2010 – Anteprojeto de novo Código de Processo Civil. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**. Brasília, DF. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=490267>> Acesso em 15 jun. 2012.

D'AZEVEDO, Ana Rispoli. Os novos deveres dos contratantes na perspectiva do Código Civil de 2002 e do Código de Defesa do Consumidor. In: MARQUES, Cláudia Lima (Coord.). **A nova crise do contrato**: estudos sobre a Nova Teoria Contratual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007.

DIDIER Jr., Fredie. **Curso de Direito Processual Civil**: introdução ao direito

processual civil e processo de conhecimento. v. 1. 13. ed. Salvador: Juspodivm, 2011.

GEIB, Geovana. A necessidade de regras específicas de direito internacional privado no contrato de consumo internacional eletrônico: principais aspectos quanto ao foro competente e à lei aplicável. **Revista de Direito do Consumidor**. n. 82. p. 177-211. São Paulo: Revista dos Tribunais, abr.-jun., 2012.

LOPES, Airton. Todos contra o iPhone. **Info Exame**. São Paulo: Editora Abril, n. 286, p.88-90, dez. 2009.

_____. Um tablet que vira netbook. **Info Exame**. São Paulo: Editora Abril, n. 306, p.116-117, ago. 2011.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

MARINONI, Luiz Guilherme. MITIDIERO, Daniel. **Código de Processo Civil**: comentário artigo por artigo. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.

MARQUES, Cláudia Lima. A chamada nova crise do contrato e o modelo de direito privado brasileiro: crise de confiança ou de crescimento do contrato? In: MARQUES, Cláudia Lima (Coord.). **A nova crise do contrato**: estudos sobre a Nova Teoria Contratual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007.

MARTELLO, Alexandre. Gastos de brasileiros no exterior batem recorde no 1º bimestre, diz BC. **G1**, Brasília, 23 mar. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2012/03/gastos-de-brasileiros-no-externo-batem-recorde-no-1-bimestre-diz-bc.html>> Acesso em: 08 abr. 2012.

MIRAGEM, Bruno. **Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.

SCIARRETTA, Toni. Produtos trazidos do exterior ficam sem garantia no Brasil. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 23 fev. 2011. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/879745-produtos-trazidos-do-externo-ficam-sem-garantia-no-brasil.shtml>> Acesso em 10 jun. 2012.

VILLELA, Heloísa. Custo-Brasil, nada! Lucro-Brasil joga preço nas alturas. **JC Online**, Washington, 09 ago. 2011. Disponível em: <<http://joaocarlos.net.br/2011/08/custo-brasil-nada-lucro-brasil-joga-precos-de-produtos-nas-alturas/>> Acesso em: 10 jun. 2012.

WEHNER, Ulrich. Contratos Internacionais: proteção processual do consumidor, integração econômica e internet. **Revista de Direito do Consumidor**. n. 38. p. 142-165. São Paulo: Revista dos Tribunais, abr.-jun., 2001.