

EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO DIREITO DO CONSUMIDOR

DIREITO DO CONSUMIDOR
Markus Samuel Leite Norat

RESUMO

Na antiguidade, produtor e consumidor estabeleciam uma relação de compra e venda equilibrada, pois o comprador fazia a negociação diretamente com o artesão. Com a massificação da produção, fato que descaracterizou a produção personalizada dos produtos, os consumidores não estabelecem mais uma relação pessoal com os produtores. Na realidade, estes dois pólos da relação de consumo, sequer se reconhecem. O consumidor passa a ser um desconhecido para o produtor, fato que impede que o consumidor tenha a possibilidade de barganhar e de conhecer o produto que irá adquirir. Sendo, indiscutível, que nesta nova forma de relação, o consumidor fica em situação de vulnerabilidade em detrimento ao fornecedor, que, passou a ditar este tipo de negociação. Com o desígnio de dirimir tal situação, estabeleceram-se regramentos que proporcionam a proteção à parte mais frágil da relação, que é o consumidor. Medida esta que fez por restabelecer o equilíbrio nas relações de consumo.

Palavras- chave: *Direito do consumidor, história do direito, Evolução histórica do direito do consumidor.*

HISTORICAL EVOLUTION OF CONSUMER LAW

ABSTRACT

In antiquity, an established producer and consumer for buying and selling balanced, since the buyer was negotiating directly with the artisan. With mass production, a fact which deprived the production of customized products, most consumers do not establish a personal relationship with producers. In reality, these two poles of the consumer relationship, even recognize themselves. The consumer becomes a producer for the unknown, a fact that prevents the consumer has the opportunity to bargain and know the product they will purchase. Being, beyond doubt, that this new relationship, the consumer is in a vulnerable situation rather than the supplier, who began to dictate this type of negotiation. With the plan to resolve this situation, specific regulations were established to provide protection to the fragile relationship, which is the consumer. Measure that made by restoring the balance in consumer relations.

Key-words: *Consumer law, Legal history, historical evolution of consumer law.*

SUMÁRIO

1. Relações de Consumo; 2. Massificação das Práticas Comerciais; 3. Regulamentação das Relações de Consumo; 4. Considerações Finais; Referências.

1. Relações de Consumo

Já na antiguidade se têm relatos de exploração comercial; colônias como a de Kanes, na Ásia Menor, os egípcios, hebreus e principalmente os fenícios praticaram o comércio em larga escala de produtos como perfume, cereais, marfim, metais, joias, e outros.

As práticas comerciais estavam, profundamente, incumbidas na cultura dos povos, entretanto, durante a decadência do Império Romano, para fugir da crise, a população migra para o campo e se torna fundamentalmente campesina. As pessoas se isolavam em pequenas vilas e consumiam tão-somente o que colhiam, mantendo assim a estrutura de autossuficiência de cada vila.

Com a queda do Império Romano surge um novo tipo de organização da sociedade – o feudalismo. O modo de produção feudal tinha como essencialidade a agricultura autossuficiente e amonetária, sendo assim não mais havia uma forte visão comercial nas relações.

O sistema feudal durou até a Baixa Idade Média, quando as necessidades da população europeia culminaram com a substituição da estrutura social feudal por uma economia comercial, pois as forças políticas dos senhores feudais estavam sendo sobrepostas pelo surgimento de um novo grupo social que tinha sua estrutura diretamente relacionada com o comércio – a burguesia.

O interesse da Igreja Católica em difundir o cristianismo no oriente e combater a expansão dos muçulmanos, combinado a outros fatores, fez surgir o movimento das Cruzadas; fato que causou a Revolução Comercial e a reabertura do Mediterrâneo, possibilitando assim, a entrada de produtos e especiarias orientais na Europa.

O novo comércio que surgia, estimulado pelo mercado consumidor, ávido por produtos vindos do oriente, fez com que as sociedades da Europa se interligassem comercialmente, ocasionando transações financeiras e trazendo de volta a invenção do povo Lídio: a circulação da moeda nas relações comerciais²³²[1].

O desenvolvimento comercial neste período foi tão intenso e bem sucedido que, rapidamente, as feiras de comércio se transformaram em vilas e cidades. A economia em ascensão fez surgir um novo e forte grupo de comerciantes, que visavam à expansão de mercado, já que as trocas comerciais traziam, cada vez mais, um enorme lucro. Essas mudanças já apontavam para o início do capitalismo.

O renascimento das cidades ocorreu em consequência do forte desenvolvimento comercial, e o comércio se desenvolvia cada vez mais em decorrência do progressivo aumento da população nas cidades. Com o comércio em ascensão, os senhores feudais sentiam a necessidade de ampliar sua produção, assim o sistema de feudos, gradativamente, se sucumbe. O capitalismo trouxe para os Europeus o pensamento de acumulação de capitais, de enriquecimento. Esse novo entendimento, que dava ênfase ao sistema capitalista, derrubou por completo a revolução burguesa e permitiu de uma vez por todas o início de uma grande revolução na indústria mundial.

Desta maneira, a Revolução Industrial se inicia na Inglaterra e se espalha por toda a Europa e Estados Unidos, contribuindo diretamente para a transformação dos grandes centros urbanos. Assim sendo, a ampliação do consumo era inevitável, e para atender toda a demanda foram criadas grandes fábricas que iniciam a produção em larga escala dos produtos que, agora, eram iguais para todos os consumidores – são os produtos em série.

“A fabricação de cada mercadoria passou a ser dividida em várias etapas, num processo conhecido como produção em série. Concentrado em uma única atividade, o trabalhador especializava-se e aumentava a produção. Essas características acabaram influenciando no custo final do produto. Com mercadorias produzidas por meios mais baratos, era possível aumentar a margem de lucro e o mercado consumidor.”²³³[2]

Os artesãos, que antes produziam e vendiam todos os bens de consumo de forma personalizada, não conseguiam competir com o grande maquinário e poder econômico das grandes fábricas que surgiam, consequentemente, tiveram que vender sua mão-de-obra por salários baixíssimos para as indústrias, ampliando, desta forma, a miserável classe operária. Para aumentar a produtividade, a margem de lucro e, por conseguinte, conquistar o mercado externo, os empresários exploravam ao máximo o uso de mão-de-obra infantil e feminina, pois crianças e mulheres recebiam um pagamento ainda menor do que o baixo salário que era percebido pelos operários homens. Os trabalhadores homens, mulheres e crianças, se submetiam a jornadas de trabalho sub-humanas e condições de vida absolutamente miseráveis.

Tal situação culminou com o surgimento dos sindicatos, dos movimentos sociais, que buscavam a regulamentação das condições em que os operários eram submetidos dentro das indústrias.

Os interesses desses movimentos sociais estavam além dos meros pleitos por melhores condições de trabalho, buscava-se, em verdade, um maior respeito à dignidade do operário, do ser humano. Esses ideais entrelaçam-se com o objetivo de lutar pelos direitos humanos e trabalhistas, e dão o ponto de partida para o surgimento de um movimento consumerista.

232[1] Alguns registros atribuem, erroneamente, a invenção da moeda aos gregos. É bem verdade que a Grécia Antiga tinha sua própria moeda, a primeira versão do *Dracma*, identificado pela efígie de coruja, desde 575 a.C.; porém a invenção da moeda se deu, realmente, muito antes disso, no antigo reino da Lídia, na Anatólia, onde os reis decidiram cunhar a antiga moeda *Stater*, que trazia um leão em seu semblante. Após o surgimento da *Stater*, foi que os gregos, e depois os romanos, cunharam suas moedas.

233[2] FIGUEIRA, Divalte Garcia. *História*. São Paulo: Ática, 2001. p. 198. Volume Único.

“Fica evidenciado, por conseguinte, que a qualidade de vida, sobretudo – e não é por acaso que o movimento consumerista caminhou lado a lado com os movimentos sindicalistas, notadamente a partir da segunda metade do século XIX, por melhores condições de trabalho e do poder aquisitivo – insere-se, em última análise, no macrotema ‘direitos humanos’ e, pois, universais.”²³⁴[3]

O aquecimento da industrialização e o aumento da população das cidades concorreram para a evolução dos transportes e dos meios de comunicação, sendo o jornal escrito o primeiro veículo de transmissão de notícias, que, na verdade, não passava de uma forma de difundir os informes e propagandas das guerras.

Com o crescente aumento da população e a expansão que as cidades estavam passando, os comerciantes sentiam a necessidade de um meio de divulgação que atingisse os consumidores com uma maior amplitude; não demorou muito para perceberem no jornal um aliado, afinal, era um mecanismo capaz de ofertar seus produtos, de uma só vez, a diversos consumidores em potencial. Assim, as propagandas dos jornais foram, aos poucos, deixando de informar sobre a Guerra Mundial para dar lugar às publicidades que divulgavam os produtos oferecidos pelos comerciantes locais.

2. Massificação das Práticas Comerciais

Como vimos, o movimento das Cruzadas culminou com a iniciação do comércio entre as nações europeias, fortificando, então, o comércio internacional. Entretanto, foi com o advento da Revolução Industrial e da Segunda Guerra Mundial que o processo de industrialização e comercialização das mercadorias passou por avanços que permitiram o barateamento da produção, a homogeneização dos produtos, um forte avanço tecnológico e de interligação das comunicações entre todas as nações do mundo. Essas transformações caracterizam a massificação das relações de compra e venda, e puseram fim às relações pessoais de consumo. Agora o consumidor e o fornecedor não eram mais conhecidos um do outro.

“É provável que o proprietário do bar da esquina conheça algumas pessoas. É possível que um gerente de banco num subúrbio conheça seus clientes mais importantes – e geralmente ambos trabalharão para isso. Há mesmo um esforço nesse sentido, um esforço para reviver o relacionamento geográfico. Mas, apesar de toda a boa vontade, os resultados são precários. O relacionamento já não é mais geográfico, é social. As relações se fazem em função não do local onde se vive, mas de interesses comuns, e não de proximidades geográficas. A produção em grande escala pressupõe o consumo em escala idêntica, e isso transforma o consumidor num ser anônimo, inidentificado. Curiosamente, ele continua a ser uma unidade. É ele quem vai ler, ouvir, ver, sentir, assimilar, decodificar a mensagem. Mas o transmissor dessa mensagem não o conhece. Não sabe se ele está triste ou alegre; se está amando ou odiando; satisfeito ou insatisfeito.”²³⁵[4]

Após todo esse processo, já podemos identificar aqui, de forma bem definida, o consumidor, o fornecedor e o produto ou serviço, que, nos dias de hoje são abalizados como pólos constitutivos de dois, dos três, elementos da relação jurídica de consumo, a saber: elemento subjetivo, objetivo e o finalístico. Assunto que trataremos mais adiante.

O capitalismo continua sendo o sistema predominante entre as sociedades. A ideia de acumulação de capitais é tão forte que a produção em larga escala é aprimorada para garantir o comércio a um nível mundial.

A partir do século XX, as empresas passam a operar com o intuito da ampliação de mercados e de disseminação da marca por todos os continentes. A cada dia os produtos regionalizados desaparecem e tomam forte presença os produtos globais.

²³⁴[3] FILOMENO, José Geraldo Brito, *Manual de direitos do consumidor*. 10. ed., São Paulo: Atlas, 2010. p. 5.

²³⁵[4] CABRAL, Plínio. Propaganda, técnica da comunicação industrial e comercial. São Paulo: Atlas, 1986. p. 19. *Apud* BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos in GRINOVER, Ada Pellegrini *et al.* *Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto*. 8. ed., Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004. p. 243.

Na Revolução Industrial, a empresa automobilística Ford marcou época com a fase econômica intitulada como “fordismo”, que transformou os trabalhadores em consumidores. Hoje, as empresas automobilísticas estão abandonando o estilo de produção regionalizado a cada continente e buscam a produção de veículos montados sobre uma plataforma única, ou, o mesmo veículo automotor, idêntico, para todos os mercados, em todos os continentes. É uma medida que tem, unicamente, a função de cortar os custos de produção. As variações entre os veículos produzidos para mercados diferentes estão se mostrando apenas em peças e acessórios que são exigidos pela legislação de cada país.

A fabricação de um automóvel geralmente passa por estudos e pesquisas de adequação e aceitação de mercado como pré-requisito de sua produção. Várias possibilidades de modelos de um mesmo veículo são estudadas. O modelo vencedor é produzido em tamanho real, com escala de “um por um”, em argila, para que esse modelo passe pelas clínicas. Se aprovado, o veículo em metal é construído exatamente igual ao modelo de argila, para que se iniciem os testes de engenharia; se esse modelo se enquadrar aos motores que estavam sendo submetidos aos testes de rotação nas “mulas industriais”, o veículo irá para a produção em larga escala. Caso os requisitos não se acertem, o projeto é revisto ou o veículo é cancelado pela inviabilidade dos elevados custos de produção.

Da mesma forma tomada pela fabricação dos produtos, seguiu o modelo de contratos entre as empresas e os consumidores, era um contrato único. A empresa produzia um único contrato de adesão para todos os seus produtos similares; ao adquirir o produto ou serviço, o consumidor adere ao contrato estabelecido pela empresa sem que lhe caiba a possibilidade de negociar as cláusulas.

Casos como o supramencionado levaram ao entendimento de que o consumidor é a parte vulnerável nas relações de compra e venda. Esse pensamento visa à harmonia nas relações entre os consumidores e os fornecedores. Conforme podemos observar tal entendimento nas palavras de Henry Ford, um dos maiores empresários da história, que revolucionou a forma de produção da indústria automobilística: “O consumidor é o elo mais fraco da economia; e nenhuma corrente pode ser mais forte do que seu elo mais fraco”.^{236[5]}

Tendo, pois, a possibilidade de impor aos consumidores os seus produtos e os contratos de adesão de forma arbitrária, se fez necessária a criação de normas que regulassem as relações de compra e venda, para evitar que os fornecedores de produtos e serviços cometam abusos durante o processo de comercialização, ou mesmo, através dos anúncios dos seus produtos ou serviços, por meio de publicidades que levem o consumidor a entender erroneamente alguma informação.

Para o jurista J. M. Othon Sidou, as relações comerciais são a própria essência do Direito do Consumidor, o que tornava imprescindível a criação de mecanismos eficientes para a proteção dos direitos dos consumidores. “O que deu dimensão enormíssima ao imperativo cogente de proteção ao consumidor, ao ponto de impor-se como tema de segurança do Estado no mundo moderno, em razão dos atritos sociais que o problema pode gerar e ao Estado incumbe delir, foi o extraordinário desenvolvimento do comércio e a conseqüente ampliação da publicidade, do que igualmente resultou, isto sim, o fenômeno desconhecido dos economistas do passado – a sociedade de consumo, ou o desfrute pelo simples desfrute, ampliação da riqueza por mera sugestão consciente ou inconsciente.”^{237[6]}

3. Regulamentação das Relações de Consumo

A ideia de regramento de condutas e deveres a serem realizados durante e após as relações de consumo não é recente como alguns podem imaginar; podemos, pois, encontrar regras que tinham o designio de defender o consumidor em um dos mais antigos registros de documentos jurídicos que se tem conhecimento, o Código de Hammurabi.

236[5] RÓNAI, Paulo. *in Dicionário universal nova fronteira de citações*. Apud FILOMENO, José Geraldo Brito in GRINOVER, Ada Pellegrini et al. *Ibidem*, p. 61.

237[6] SIDOU, J. M. Othon. *Proteção ao consumidor*. Rio de Janeiro: Forense, 1977. p. 5.

Formulado pelo Rei Hammurabi (1728-1686 a.C.), com a finalidade de “torná-lo glorioso entre os reis”^{238[7]}, o código adotava o princípio do “olho por olho, dente por dente”. Entre os preceitos legais 215 - 240, o Código de Hammurabi trazia leis que regulavam algumas categorias especiais de trabalhadores, assim como: médicos, veterinários, barbeiros, pedreiros, arquitetos, entre outros.

Essas leis conferiam direitos e obrigações entre esses profissionais e àquelas pessoas que contratavam os seus serviços. Adiante podemos aferir cinco leis (229-233) extraídas do referido código, que, ao seu modo, determinavam as responsabilidades às partes nas relações de consumo:

Lei nº 229 - Se um arquiteto constrói para alguém e não o faz solidamente e a casa que ele construiu cai e fere de morte o proprietário, esse arquiteto deverá ser morto.

Lei nº 230 - Se fere de morte o filho do proprietário, deverá ser morto o filho do arquiteto.

Lei nº 231 - Se mata um escravo do proprietário ele deverá dar ao proprietário da casa escravo por escravo.

Lei nº 232 - Se destrói bens, deverá indenizar tudo que destruiu e porque não executou solidamente a casa por ele construída, assim que essa é abatida, ele deverá refazer à sua custa a casa abatida.

Lei nº 233 - Se um arquiteto constrói para alguém uma casa e não a leva ao fim, se as paredes são viciosas, o arquiteto deverá à sua custa consolidar as paredes.

Apesar dos povos perpetrarem atividades comerciais desde a época da antiguidade, poucos desses tinham um direito que regulasse essas atividades. Diferentemente dos babilônicos que dispunham do Código de Hammurabi, “os fenícios, que são considerados um povo que praticou o comércio em larga escala, não possuíam regras especiais aplicáveis às relações comerciais”.^{239[8]}

Na Índia do século XIII a.C., o “sagrado” Código de Massú estabelecia punições para os casos de adulteração de alimentos.

Os gregos tinham normas que regiam o assunto, porém entre eles imperava um direito calcado nos costumes, com cuidados em preservar os direitos do consumidor. “Na Grécia, conforme lição extraída da *Constituição de Atenas*, de Aristóteles, também havia essa preocupação latente com a defesa do consumidor. Como explicitado pelo mestre estagirista, são também designados por sorteio os fiscais de mercado, cinco para o Pireu e cinco para a cidade; as leis atribuem-lhes os encargos atinentes às mercadorias em geral, a fim de que os produtos vendidos não contenham misturas nem sejam adulterados; são também designados por sorteio os fiscais das medidas, cinco para a cidade e cinco para o Pireu; ficam a seu encargo as medidas e os pesos em geral, a fim de que os vendedores utilizem os corretos; havia também os guardiães do trigo; eles se encarregam, em primeiro lugar, de que o trigo em grão colocado no mercado seja vendido honestamente; depois, de que os moleiros vendam a farinha por um preço correspondente ao da cevada, e de que os padeiros vendam os pães por um preço correspondente ao do trigo e com o seu peso na medida por eles prescrita (com efeito, a lei ordena que eles o fixem); são também designados por sorteio dez inspetores do comércio, aos quais se atribuem os encargos mercantis, devendo eles obrigar os comerciantes a trazerem para a cidade dois terços do trigo transportados para comercialização (...) o juro de uma dracma incidente sobre o capital de uma mina implicava uma taxa de 1% ao mês ou 12% ao ano.”^{240[9]}

Em Roma, apesar da forte evolução jurídica promovida pelos romanos, eles também não dispunham de um ordenamento centralizado sobre o assunto. O Direito Comum, com algumas poucas exceções, é que regulava as

238[7] ARRUDA, José Jobson de A.; PILETTI, Nelson. *Toda a história: história geral e história do Brasil*. São Paulo: Ática, 2001. p.25.

239[8] MARTINS, Fran. *Curso de direito comercial*. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1967. p. 33.

240[9] ARISTÓTELES. *Constituição de atenas*. São Paulo: Hucitec, 1995. p. 103-247. *Apud* FILOMENO, José Geraldo Brito, Op. Cit., p. 3.

relações de compra e venda entre eles. “Não se pode, porém, deixar de admitir que o *Ius Gentium* melhor se adaptava às atividades de comércio, chegando alguns autores a sustentar ser esse direito uma consequência do tráfico mercantil.”²⁴¹[10]

“Destacam-se ainda, no Império Romano, as práticas do controle de abastecimento de produtos, principalmente nas regiões conquistadas, bem como a decretação de congelamento de preços, no período de Deocleciano, uma vez que também nesse período se fazia sentir o processo inflacionário, gerado em grande parte pelo déficit do tesouro imperial na manutenção das hostes de ocupação.”²⁴²[11]

Tratando efetivamente do movimento consumerista, como uma relação definida aos moldes atuais, seu desenvolvimento se deu ao mesmo passo em que os sindicatos lutavam por melhores condições de trabalho para os operários.

De fato, os movimentos sindicalistas e consumeristas entrelaçaram-se a ponto de possibilitar o surgimento, em 1891, nos Estados Unidos, da *New York Consumer's League*, atualmente denominada como *Consumer's Union*, um instituto de conscientização aos consumidores sobre os seus direitos. Nessa mesma época, foram criados boicotes aos fornecedores - patrões, que eram considerados como “maus” patrões aos seus empregados. Eram considerados como “maus”, aqueles que estavam em desacordo com as mudanças sociais propostas pelos sindicatos e que não ofereciam condições dignas aos seus trabalhadores.

Como analisa Hélio Zaghetto Gama, “Um mau comerciante, que explorasse menores, velhos ou mulheres, ou que não se mostrasse razoável frente ao progresso dos direitos sociais, era execrado pelos sindicatos. Um curioso mecanismo de interligação entre as reivindicações trabalhistas e as aspirações dos consumidores gerou boicote aos maus fornecedores.”²⁴³[12]

Em 1960 surgiu a *IOCU – Organization of Consumers Unions*, que foi inicialmente constituída por organizações de cinco países: Austrália, Bélgica, Estados Unidos, Holanda e Reino Unido. Atualmente a IOCU é designada como *CI – Consumers International*, uma federação mundial de grupos de consumidores que atua em 115 países distribuídos por todos os continentes do Planeta e congrega mais de duzentas e vinte associações de proteção e defesa do consumidor. Inclusive, o Brasil é representado na *Consumers International* através do IDEC – Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor e pelo PROCON. A organização é reconhecida pela ONU – Organização das Nações Unidas.

Em 15 de março de 1962, o então presidente dos Estados Unidos, John Fitzgerald Kennedy, encaminha uma mensagem ao Congresso daquele país, reconhecendo os direitos do consumidor, onde considera, por definição, que todos nós somos consumidores, compondo, assim, o maior grupo econômico, e apesar de ser o único grupo importante, muitas vezes suas opiniões não são ouvidas.

“Special Message to the Congress on Protecting the Consumer Interest (John Fitzgerald Kennedy):

Para o Congresso dos Estados Unidos:

Consumidores, por definição, somos todos nós. Os consumidores são o maior grupo econômico na economia, afetando e sendo afetados por quase todas as decisões econômicas públicas e privadas. Dois terços de todos os gastos da economia são feitos pelos consumidores. Mas é o único grupo importante da economia que não é eficientemente organizado, cujos pontos de vista quase nunca são ouvidos.

²⁴¹[10] NASCIMENTO, Walter Vieira do. *Lições de história do direito*. 15 ed., rev. e aum. Rio de Janeiro: Forense, 2008. p. 89.

²⁴²[11] FILOMENO, José Geraldo Brito, *Op. cit.* p. 3-4.

²⁴³[12] GAMA, Hélio Zaghetto. *Curso de direito do consumidor*. Rio de Janeiro: Forense, 2000. p. 3.

O Governo Federal – Por natureza, o maior porta voz de todas as pessoas – tem a obrigação de estar alerta para as necessidades do consumidor e promover os seus interesses. Desde que a legislação foi promulgada em 1872 para proteger o consumidor das fraudes decorrentes de uso do U.S. Mail, o congresso e o Poder Executivo têm a consciência que para a economia ser justa e adequada, deve servir de acordo com os interesses dos consumidores. (...)

O Marketing é cada vez mais impessoal. A escolha do consumidor é influenciada pela propaganda de massa, que é desenvolvida se utilizando de artes de persuasão. O consumidor geralmente não tem a possibilidade de saber se os preparativos dos remédios cumprem com as normas mínimas de segurança, qualidade e eficácia. Ele geralmente não sabe quanto paga pelo crédito, se um alimento tem mais valor nutritivo que outro, se o desempenho de um produto, de fato, supre suas necessidades, ou ainda, se a “grande economia” publicitada é realmente uma pechincha. (...)”244[13]

Neste comunicado proferido por John F. Kennedy, aferimos ainda a indicação de quatro direitos fundamentais dos consumidores, quais sejam: direito à segurança (os consumidores devem ser protegidos da comercialização de produtos que sejam prejudiciais a sua saúde ou vida); direito à informação (os consumidores devem receber todos os dados que precisam para fazer suas escolhas, coíbe-se assim, as práticas fraudulentas ou enganosas em informações, publicidades, rotulagens, ou de outras práticas); direito à escolha (deve-se assegurar ao consumidor, sempre que possível, o acesso a uma variedade de produtos e serviços a preços competitivos; nas indústrias em que a concorrência não é exequível e os regulamentos governamentais substituíveis, uma garantia de qualidade satisfatória e serviços a preços justos) e o direito de ser ouvido (dar a devida atenção aos interesses dos consumidores na formulação da política do Governo e um tratamento justo e rápido nos tribunais administrativos). Esta declaração apresentou tal importância para o movimento consumerista que se passou a comemorar nesta data o Dia Internacional dos Direitos do Consumidor.

Seguindo esse entendimento, em 16 de abril de 1985 a ONU – Organização das Nações Unidas adota a Resolução 39-248, que estabelece diretrizes internacionais para uma política de proteção ao consumidor e enfatiza a vulnerabilidade que o consumidor apresenta em suas relações com os fornecedores de produtos e serviços.

“A Resolução 39-248, em última análise, traçou uma política geral de proteção ao consumidor destinada aos Estados filiados, tendo em conta seus interesses e necessidades em todos os países e, particularmente, nos em desenvolvimento, reconhecendo que o consumidor enfrenta, amiúde, desequilíbrio em face da capacidade econômica, nível de educação e poder de negociação. Reconhece, ainda, que todos os consumidores devem ter o direito de acesso a produtos que não sejam perigosos, assim como o de promover um desenvolvimento econômico e social justo, equitativo e seguro. Nela, basicamente, encontra-se a preocupação fundamental de: proteger o consumidor quanto a prejuízos à saúde e segurança, fomentar e proteger seus interesses econômicos, fornecer-lhe informações adequadas para capacitá-lo a fazer escolhas acertadas de acordo com as necessidades e desejos individuais, educá-lo, criar possibilidades de real ressarcimento, garantir a liberdade para formação de grupos de consumidores e outras organizações de relevância, e oportunidade para que essas organizações possam intervir nos processos decisórios a elas referentes.”245[14]

Nessa Resolução, notadamente, se evidencia a preocupação da Assembleia Geral da ONU em incumbir aos Estados o dever de constituir e aplicar políticas próprias para se perpetrar a defesa do consumidor, bem como adotar medidas que garantam a manutenção desses regramentos.

4. Considerações Finais

244[13] KENNEDY, John F. (John Fitzgerald). *John F. Kennedy: containing the public messages, speeches, and statements of the president, january 1 to december 31, 1962 Collection Public Papers of the Presidents of the United States*. Washington: Office of the Federal Register National Archives and Records Service General Services Administration, 1963. p. 235 - 243. (Texto traduzido livremente pelo autor).

245[14] FILOMENO, José Geraldo Brito. *Op. cit.* p. 6.

Como foi explicitado nesta obra, antes, o produtor e o consumidor estabeleciam uma relação de compra e venda equilibrada, pois o comprador fazia a negociação diretamente com o artesão, que era, ao mesmo tempo, a pessoa que produzia e que vendia o produto que estava sendo negociado na transação. Dessa maneira, ambas as partes tinham total conhecimento das formas de pagamento, produção, entrega e de uso do produto em questão.

Com a industrialização, a massificação da produção, fato que descaracterizou a produção personalizada dos produtos, os consumidores não estabelecem mais uma relação pessoal com os produtores. Na realidade, estes dois pólos da relação de consumo, sequer se reconhecem.

O consumidor passa a ser um desconhecido para o produtor, fato que impede que o consumidor tenha a possibilidade de barganhar e de conhecer o processo de construção do produto que irá adquirir. Agora ele negocia com um novo tipo de fornecedor, o comerciante, que não participa das etapas de produção do produto, e muitas vezes não sabe informar sobre o seu modo de funcionamento.

Sendo, pois, indiscutível que nesta nova forma de relação de compra e venda, o consumidor fica em situação de vulnerabilidade em detrimento ao fornecedor do produto ou serviço, que, por sua vez, passou a ditar os moldes deste tipo de negociação. Com o desígnio de dirimir tal situação, estabeleceram-se regramentos que proporcionam a proteção à parte mais frágil da relação, que é o consumidor. Medida esta que fez por restabelecer o equilíbrio nas relações de consumo.

REFERÊNCIAS

ACQUAVIVA, Marcus Cláudio (Org.). *Dicionário jurídico acquaviva*. São Paulo: Rideel, 2008.

ANDRADE, Carlos Drummond. *Eu, etiqueta*.

AZEVEDO, Álvaro Villaça. *Código civil anotado e legislação complementar*. São Paulo: Atlas, 2004.

ALZUGARAY, Domingo; ALZUGARAY, Cátia (Editores). *A revolução industrial in The concise guinness encyclopédia*. Inglaterra: Guinness Publishing Ltd., 1993.

ARRUDA, José Jobson de A.; PILETTI, Nelson. *Toda a história: história geral e história do Brasil*. São Paulo: Ática, 2001.

BENJAMIN, Antônio Herman V. *Manual de direito do consumidor*. 2. ed. rev. atual. e ampl., São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009.

BRASIL. *Código civil dos estados unidos do Brasil (1916)*. Comentado por Clovis Bevilacqua e atualizado por Achilles Bevilacqua e Isaias Bevilacqua. 11. ed. São Paulo / Belo Horizonte: Livraria Francisco Alves / Paulo de Azevedo, 1958. Volume IV.

_____. *Código de proteção e defesa do consumidor*. Nova ed. rev. atual. e ampl. com o Decreto número 2.181 de 20 de março de 1997. Brasília: Ministério da Justiça, 2006.

_____. *Constituição da república federativa do brasil: texto constitucional promulgado em 5 de outubro de 1988*. Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2006.

_____. *Novo código civil*. Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2004.

CAVALIERI FILHO, Sergio. *Programa de direito do consumidor*. 1. ed., 2. reimpr. São Paulo: Atlas, 2009.

COELHO, Fabio Ulhoa. *O empresário e os direitos do consumidor*. São Paulo: Saraiva, 1994

DINIZ, Maria Helena. *Curso de direito civil brasileiro*. 18 ed. São Paulo: Saraiva, 2004.

_____, Maria Helena. *Dicionário jurídico*. São Paulo: Saraiva, 1998. Volume 1.

_____, Maria Helena. *Dicionário jurídico*. São Paulo: Saraiva, 1998. Volume 2.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Novo dicionário aurélio da língua portuguesa*. 4. ed. Curitiba: Ed. Positivo, 2009.

FIGUEIRA, Divalte Garcia. *História*. São Paulo: Ática, 2001. Volume Único.

FILOMENO, José Geraldo Brito, *Manual de direitos do consumidor*. 10. ed., São Paulo: Atlas, 2010.

GAMA, Hélio Zaghetto. *Curso de direito do consumidor*. Rio de Janeiro: Forense, 2000.

GRINOVER, Ada Pellegrini; et al. *Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto*. 8. ed., Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. *Dicionário houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

KENNEDY, John F. (John Fitzgerald). *John F. Kennedy: containing the public messages, speeches, and statements of the president, january 1 to december 31, 1962 Collection Public Papers of the Presidents of the United States*. Washington: Office of the Federal Register National Archives and Records Service General Services Administration, 1963.

NASCIMENTO, Walter Vieira do. *Lições de história do direito*. 15. ed., rev. e aum. Rio de Janeiro: Forense, 2008.

NORAT, Markus Samuel Leite. *Direito do consumidor: interpretação jurisprudencial*. – 2. ed. rev., atual. e ampl. – São Paulo: CDAN, 2011.

_____, Markus Samuel Leite. *Direito do consumidor: oferta e publicidade*. – Leme: Anhanguera, 2010.

NUNES, Luis Antonio Rizzatto. *Curso de direito do consumidor: com exercícios*. 4. ed., São Paulo: Saraiva, 2009.

NUNES, Pedro. *Dicionário de tecnologia jurídica*. 13. ed. rev., ampl. e atual. por Artur Rocha. Rio de Janeiro: Renovar, 1999.

NUNES JUNIOR, Vidal Serrano; SERRANO, Yolanda Alves Pinto. *Código de defesa do consumidor interpretado*. São Paulo: Saraiva, 2003.

OLIVEIRA, James Eduardo. *Código de defesa do consumidor anotado e comentado*. São Paulo: Atlas, 2004.

SODRÉ, Marcelo Gomes. *A construção do direito do consumidor: um estudo sobre as origens das leis principiológicas de defesa do consumidor*. São Paulo: Atlas, 2009.

VICENTINO, Cláudio. *História geral*. 6. ed., São Paulo: Scipione, 1996.

DADOS DE CATALOGAÇÃO

NORAT, Markus Samuel Leite. Evolução histórica do direito do consumidor. in **Cognitio Juris**, João Pessoa, Ano I, Número 2, agosto 2011 – Pág. 93-101.

A Revista Cognitio Juris não se responsabiliza pelos ideários, conceitos, apreciações, julgamentos, opiniões e considerações lançados nos textos dos artigos. Os textos são de inteira e exclusiva responsabilidade de seus autores.

LÍNEA DE BASE DEL SISTEMA PENAL ECUATORIANO

DIREITO PENAL

Miguel Angel Valarezo Tenorio

Darío Alcidez Díaz Toledo

Jorge Alonso Benítez Hurtado

RESUMO

En el año 2000, el Ecuador cambió su sistema procesal penal de tipo inquisitivo por uno de corte acusatorio. Para determinar el funcionamiento del mismo se debía levantar una línea de base recogiendo en una base de datos algunos indicadores del proceso penal. A partir de este conjunto de datos y variables iniciales, se hizo factible la elaboración de un sistema informático procesal penal ecuatoriano (SIPPE) que permite elaborar un análisis de componentes principales. En nuestro caso, la componente de mayor importancia es la estacional, ella se puede interpretar como la existencia de tendencias estacionales que podrían intervenir en la ejecución de los delitos.

Palavras- chave: Sistema procesal penal ecuatoriano, modelamiento matemático, estacionalidad de delitos.

ECUADORIAN CRIMINAL PROCEDURE SYSTEM BASELINE

ABSTRACT

In 2000, Ecuador changed its system of criminal procedure by an inquisitive type of adversarial court. To determine the operation of the lift should be collecting baseline data in a database of some indicators of criminal proceedings. From this set of data and baseline variables was made feasible the development of a computer system of criminal procedure Ecuador (SIPPE) that allows to develop a principal component analysis. In our case, the most important component is seasonal, and it can be interpreted as the existence of seasonal trends that could result in the execution of the crimes.

Key-words: Ecuadorian criminal process system, mathematical model, seasonal of crimes.

SUMÁRIO

Introducción. 1. El Proyecto Línea de Base del sistema procesal penal ecuatoriano. 2. Información disponible en el SIPPE. 3. Análisis Estadístico Descriptivo de los datos. 4. Análisis de la Estacionalidad de los delitos. 5. Correlaciones entre los tipos de delitos. 6. Tipología social del delito. 7. Modelos de incidencia de variables sociales sobre el delito. 8. Conclusiones y recomendaciones.

INTRODUCCIÓN

Durante las últimas dos décadas la mayoría de los países de América Latina han emprendido reformas estructurales a sus sistemas de enjuiciamiento penal. Con dichas reformas se ha pretendido cambiar el funcionamiento práctico del sistema. En casi todos los países de habla hispana se ha abandonado el sistema inquisitivo y se ha reemplazado por sistemas acusatorios. Todo este cambio ha supuesto un enorme esfuerzo, tanto legislativo como financiero para los países de la región.

En este contexto, el propósito del trabajo es revisar si las grandes expectativas originadas gracias a las reformas se han satisfecho y, además, entregar una visión general de su utilización actual. Con este informe se pretende entregar una imagen con validez empírica de lo que ha ocurrido y no simplemente un análisis normativo o dogmático de las reglas legales que regulan el sistema. Todo esto en un contexto en donde aún es posible encontrar una serie de dificultades en el país y en la región para acceder a información estadística de calidad y precisa.

La problemática en torno al funcionamiento del sistema procesal penal hoy es mucho más compleja de lo que fue en el pasado. Las variables que parecen influir sobre su uso son muy diversas. Nuestra propuesta consiste en realizar un modelamiento matemático de las principales variables que inciden dentro del proceso penal a fin de determinar algunos comportamientos, tales como la estacionalidad de delitos.^{246[1]}

^{246[1]} El Modelamiento matemático para analizar el derecho constituye una ruptura en el análisis clásico del derecho. Dentro de éste contexto se inscribe el trabajo de los penalistas Olga Islas Magallanes de González Mariscal y el Elpidio Ramírez Hernández, con su modelo lógico matemático. Su metodología está basada en la lógica matemática, y la

La ciencia matemática provee al derecho de métodos, técnicas y herramientas para determinar cuantitativamente las repercusiones jurídicas de cierto comportamiento. Por otra parte, el surgimiento de la era digital ha suscitado la necesidad de repensar importantes aspectos relativos a la organización social, en muchos casos, se observa que la aproximación a tales problemas carece de la profundidad y complejidad teórica que estos presentan, verificándose una cantidad significativa de opiniones acrílicas.²⁴⁷[2]

En la actualidad las computadoras, las matemáticas y las estadísticas juegan un papel importante en la toma de decisiones. Hoy se habla de elaborar programas de computadoras que puedan proporcionar consejo y orientación en la toma de decisiones. Esta meta es muy atractiva tanto por el reto intelectual como por las facilidades que brindaría su aplicación.

Para alcanzar esta ambiciosa meta los estudiosos han intentado elaborar bases de datos cuyos elementos pueden ser transformados mediante la aplicación mecánica de ciertas reglas para lograr resultados semejantes a los que consigue un abogado experto cuando se plantea un problema de su competencia.²⁴⁸[3]

1. EL PROYECTO LÍNEA BASE DEL CÓDIGO DE PROCEDIMIENTO PENAL²⁴⁹[4]

La Universidad Técnica Particular de Loja, el Consejo Nacional de la Judicatura y la Embajada de los Estados Unidos de Norteamérica realizaron hacia finales del año 2004, una alianza estratégica con el objetivo de realizar una evaluación al sistema procesal penal ecuatoriano. Si bien otros sectores de investigadores jurídicos efectuaron este diagnóstico y evaluación en los sectores involucrados, únicamente lo hicieron tomando muestras significativas en las principales ciudades del país, limitando enormemente sus investigaciones.

Por otro lado, las estadísticas de causas penales dadas por el Consejo Nacional de la Judicatura (actual Consejo de la Judicatura) y por la Corte Suprema de Justicia (hoy Corte Nacional de Justicia), no coincidían al momento de ponerlas a consideración de la ciudadanía, lo cual significaba el no poder tener un dato real, concreto y unificado sobre las mismas.

Frente a esta realidad, tanto investigativa como estadística en el campo procesal penal ecuatoriano, la UTPL, el Consejo Nacional de la Judicatura y la NAS tomaron la decisión de realizar un diagnóstico y evaluación del Código de Procedimiento Penal que abarcara todas las dependencias penales a nivel nacional. Previo a esta decisión, se puso en consideración el gráfico de la Línea Base del Código de Procedimiento Penal, el mismo que contenía en forma detallada e ilustrada todas las etapas del proceso, desde su inicio hasta el final, con los posibles cuellos de botella que pudiese tener a lo largo del mismo y que dificultaban su normal desarrollo y diligencia.

Por ello se decidió dar inicio al proyecto investigando todas las causas ingresadas durante el año 2003, tanto de los juzgados, tribunales y salas de corte superiores en materia penal, a través de una serie de formularios (en un total de ocho) elaborados para el efecto, y que versaban sobre aspectos tales como: delitos de acción pública de instancia oficial y de instancia particular; impugnaciones; querellas; conversiones; etc.

lógica formal con una estructura apoyada en la distinción de los niveles de lenguaje. La precisión de este modelo se debe a la claridad, la concisión y un uso de la lógica impecable, tiende a rescatar a la justicia penal de las ambigüedades y a situarla en un plano de certeza jurídica y racional.

²⁴⁷[2] NINO, Carlos Santiago, Modelos Metodológicos de Ciencias Jurídicas, Ed. Fontamara, México, 2003. P.52

²⁴⁸[3] Alchourrón y Bulygin distinguen dos tipos de actividades que desarrolla la ciencia jurídica: la determinación empírica de la base del sistema jurídico y las operaciones lógicas de sistematización. En relación a las operaciones lógicas de sistematización se distinguen dos actividades diferentes: la inferencia de las consecuencias lógicas de la base del sistema y la reformulación del sistema. La base de un sistema debe ser lo más reducida posible, lo que favorece su manejabilidad.

²⁴⁹[4] El proyecto “Línea Base del Código de Procedimiento Penal” surge como resultado de la suscripción del Convenio de Cooperación Técnica, entre la Oficina Antinarcóticos de la Embajada de los Estados Unidos de Norte América (NAS) y la Universidad Técnica Particular de Loja, en inicios del mes de octubre del año dos mil cuatro; cuyo objetivo principal se hallaba enfocado a diagnosticar y evaluar el funcionamiento del nuevo Código de Procedimiento Penal Ecuatoriano, el mismo que entró en plena vigencia a partir del trece de julio del año dos mil uno.