

A INCLUSÃO DO CONSUMIDOR COMO PARTE INTERESSADA NA APLICAÇÃO DAS MEDIDAS *ANTIDUMPING*: A EVOLUÇÃO DO TEMA NA ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO E A TRANSPOSIÇÃO PARA O DIREITO BRASILEIRO

CONSUMERS AS INTERESTED PARTIES IN THE ENFORCEMENT OF ANTI-DUMPING MEASURES: THE WORLD TRADE ORGANIZATION REGULATION AND THE TRANSPOSITION INTO BRAZILIAN LAW THROUGH THE PUBLIC INTEREST CLAUSE

MARC ANTONI DEITOS

Doutor em Direito pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Mestre em Relações Internacionais pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Professor de Direito e Relações Internacionais no Centro Universitário Ritter dos Reis (Uniritter). Diretor da Escola de Ciências Humanas e Sociais do Centro Universitário Ritter dos Reis – Uniritter.
marc_deitos@uniritter.edu.br

VOLTAIRE DE FREITAS MICHEL

Doutor em Direito pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Mestre em Direito pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Professor de Direito na IMED – Faculdades Meridionais/Porto Alegre. Promotor de Justiça no Rio Grande do Sul.
voltairemichel@hotmail.com

Recebido em: 16.11.2017

Pareceres em: 13.02.2018 e 12.03.2018

ÁREAS DO DIREITO: Consumidor; Comercial/Empresarial; Internacional

RESUMO: Historicamente, a aplicação de medidas *antidumping* desconsiderava o interesse dos consumidores. Apenas o produtor nacional, o próprio governo, ou o produtor estrangeiro sujeito às medidas seriam partes legítimas no processo. No entanto, alguns membros da OMC introduziram a obrigação de considerar o interesse dos consumidores no processo de decisão por meio da inclusão da cláusula do interesse público. Nesse cenário, em 2013, entrou em vigor no Brasil um novo Decreto sobre as medidas *antidumping*

ABSTRACT: Historically, the application of anti-dumping measures disregarded the interests of consumers. Only the domestic producer, the government itself, or the foreign producer subject to the measures would be legitimate parties to the proceeding. However, some WTO members have introduced an obligation to consider consumers' interest in the decision-making process by including the public interest clause. In this scenario, in 2013 a new decree on anti-dumping measures came into force in Brazil accepting the clause of

acolhendo a cláusula do interesse público. Entretanto, segundo a versão brasileira da cláusula, os consumidores continuam a ter uma posição secundária neste processo. O problema de pesquisa é avaliar em que medida a inclusão da cláusula do interesse público promoveu uma alteração no concerto institucional, e o objetivo do artigo é apurar em que estágio se encontra o estado da arte neste tema. A metodologia envolveu o exame bibliográfico atualizado e documentos primários. Ao final, conclui-se que a inclusão da cláusula do interesse público poderá se revelar, no futuro, um fator inclusivo do interesse dos consumidores em decisões dessa natureza.

PALAVRAS-CHAVE: Direito do Consumidor – Direito Econômico – *Dumping* – Organização Mundial do Comércio – Consumidor – Proteção Comercial.

public interest. However, according to the Brazilian version of the clause, consumers continue to have a secondary position in this process. The research problem is to evaluate the extent to which the inclusion of the public interest clause promoted a change in the institutional concert, and the purpose of the article is to determine the state of the art in this theme. The methodology involved the updated bibliographic examination and primary documents. In the end, it is concluded that the inclusion of the public interest clause may in the future be an inclusive factor of consumer interest in decisions of this nature.

KEYWORDS: Consumer's Law – Economic Law – *Dumping* – World Trade Organization – Consumers – Commercial Protection.

SUMÁRIO: 1. Introdução. 2. Partes legítimas e interessadas no acordo *antidumping* da OMC: o fundamento da posição secundária do consumidor nas medidas *antidumping*. 2.1. Partes legítimas e interessadas no acordo *antidumping* da OMC. 2.2. O consumidor como interessado de segunda categoria. 3. A cláusula do interesse público no acordo *antidumping* da OMC e no Brasil: a redefinição do espaço do consumidor nas medidas *antidumping*. 3.1. A cláusula do interesse público na OMC. 3.2. Uma nova posição para o consumidor no acordo *antidumping* no direito doméstico brasileiro?. 4. Conclusão.

1. INTRODUÇÃO

A origem dos instrumentos de defesa comercial advém do direito da concorrência. A autonomia desses instrumentos, entre os quais se encontram o direito *antidumping*, não deixou de ser questionada em relação à sua origem. A independência do direito *antidumping* do direito da concorrência para resolver problemas que se encontravam em âmbitos regulatórios distintos se iniciou no século XX. O direito da concorrência mirava a manutenção das condições do mercado doméstico e suas implicações para os consumidores, enquanto o direito *antidumping* focava nas condições do mercado internacional e suas consequências para os produtores domésticos. Naturalmente, ambos, o direito da concorrência e o direito *antidumping*, protegem o mesmo bem jurídico, que poderia ser genericamente identificado como o *fair play* nas relações comerciais: o primeiro, no plano doméstico, e o segundo, na esfera internacional.

PESQUISAS DO EDITORIAL

Veja também Doutrina

- A aplicação do acordo antidumping no Brasil, de Ricardo Thomazinho da Cunha – *RIBRAC* 7/27-40 e *Doutrinas Essenciais de Direito Internacional* 2/375-386 (DTR\2011\4910);
- A consagração dos litígios privados na união europeia: difundindo o direito da concorrência e reparando as vítimas consumeristas, de Carolina Souza Cordeiro – *RDC* 96/75-88 (DTR\2014\18744);
- A proteção dos consumidores pelas normas concorrenciais, de Ana Paula Martinez – *RDC* 52/7-36 (DTR\2004\804);
- Dumping: breves considerações no panorama da globalização, no contexto nacional e no âmbito do Mercosul, de Silvana Saraiva dos Santos Laborda E Silva – *RTrib* 70/221-238 (DTR\2006\772); e
- O direito de escolha: garantindo a soberania do consumidor no mercado, de Heloisa Carpena – *RDC* 51/154-171 (DTR\2004\800).